

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Objek Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum BPRS Bhakti Sumekar**

Daerah saat ini telah mempunyai kewenangan mandiri dengan disahkannya Peraturan Pemerintahan Nomor 25 yang mengatur tentang kekuasaan provinsi dan pemerintahan sebagai daerah otonom, dan Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 yang mengatur tentang pemerintahan daerah. Kewenangan ini mencakup seluruh aspek administrasi rumah tangga serta pengelolaan kelembagaan.

Pemerintah Kabupaten Sumenep sangat membutuhkan lembaga keuangan yang mampu mewujudkan tujuan tersebut. Untuk memberikan kesejahteraan yang adil bagi masyarakat lokal, lembaga keuangan tersebut juga harus mampu meningkatkan dan memanfaatkan perekonomian lokal.

Lembaga keuangan yang sesuai dengan kondisi daerah Sumenep adalah lembaga keuangan mikro, seperti Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dalam hal ini.<sup>1</sup> Untuk mencapai tujuan tersebut di atas, Pemerintah Kabupaten Sumenep membeli PT. BPR DANA MERAPI, bank perkreditan rakyat syariah yang berencana memindahkan kantor pusatnya ke Kabupaten Sumenep dari Sidoarjo.

---

<sup>1</sup> Arsip Company profile PT. BPRS Bhakti Sumekar

Dalam rangka menyelesaikan akuisisi PT. BPR Dana Merapi, Bupati Sumenep dan PT. Bank Syariah Muamalat Indonesia, Tbk menandatangani Memorandum of Understanding (MOU) dan surat perjanjian kerjasama pada tanggal 27 Desember 2001, untuk mendirikan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Kabupaten Sumenep nomor 910/608b/435.304/200-1011/ BMI/PKS/XII/2001. Sesuai MOU, PT. Bank Muamalat bertugas melaksanakan proses BPR dan memberikan nasihat mengenai perjanjian, perekrutan, pembinaan, dan pelatihan.

## 2. Identitas BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

- a. Nama : PT. BPR Syariah Bhakti Sumekar
- b. Alamat : Jln. Trunojoyo No. 137 Sumenep
- c. Telepon : 0328 - 672388
- d. Fax : 0328 - 665638
- e. Website : [www.bhaktisumekar.co.id](http://www.bhaktisumekar.co.id)
- f. E-mail : [Info@bhaktisumekar.co.id](mailto:Info@bhaktisumekar.co.id)
- g. Media Sosial : BPRS.BS (Fb)
- h. Twitter : @BhaktiSumekar

## 3. Jejak Langkah BPRS Bhakti Sumekar

**Tabel 1.4**

**Jejak Langkah BPRS Bhakti Sumekar<sup>2</sup>**

No	Tahun	Jejak Langkah
1.	1993	Dibangunnya PT. BPR Dana Merapi

<sup>2</sup> Laporan Tahunan 2016 BPRS Bhakti Sumekar, hlm. 13.

2.	2001	Pembelian PT. BPR Dana Merapi oleh Pemerintah Kabupaten Sumenep yang berkantor pusat di sana. Perdoarjo
3.	2002	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. PT. BPR Dana Merapi pindah ke Kab. Sumenep dan berganti nama menjadi PT. BPR Bhakti Sumekar.</li> <li>2. Pembukaan Kantor Kas Pasar Anom</li> </ol>
4.	2003	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. PT. BPR Bhakti Sumekar berubah nama menjadi PT. BPR Syariah Bhakti Sumekar setelah menjadi bank syariah.</li> <li>2. Pembukaan Kantor Kas</li> </ol>
5.	2004	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Izin operasional PT diberikan. BPR Bhakti Sumekar Syariah</li> <li>2. Pembukaan Kantor Kas Bangkal</li> </ol>
6.	2006	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peresmian Gedung PT Baru. Jl. Trunojoyo 137 Sumenep alamat BPR Syariah Bhakti Sumekar.</li> <li>2. Kantor Kas Bluto terbuka</li> <li>3. Pembukaan Kantor Cabang Pamekasan</li> <li>4. Pembukaan Kantor Kas Ambunten</li> </ol>

7.	2010	pembukaan dua kantor yang terdiri dari:  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Kantor Kas Guluk-Guluk</li><li>2. Kantor Kas Dungkek</li></ol>
8.	2011	Pembukaan Kantor Kas Pasongsongan
9.	2012	Pembukaan 3 kantor yang terdiri dari:  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Kantor Kas Pragaan</li><li>2. Kantor Kas Kalianget</li><li>3. Kantor Kas Sapeken</li></ol>
10.	2013	Pembukaan 3 kantor yang terdiri dari:  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Kantor Kas Legung</li><li>2. Kantor Kas Bandaran</li><li>3. Kantor Kas Waru</li></ol>
11.	2015	Peningkatan 4 kantor Kas menjadi Kantor Cabang Pertama yang terdiri dari:  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Kantor Cabang Pragaan</li><li>2. Kantor Cabang Sapeken</li><li>3. Kantor Cabang Dungkek</li><li>4. Kantor Cabang Ambunten</li></ol>

12.	2016	Peningkatan 8 Kantor Kas menjadi Kantor Cabang Pratama yang terdiri dari: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kantor Cabang Lenteng</li> <li>2. Kantor Cabang Bluto</li> <li>3. Kantor Cabang Guluk-Guluk</li> <li>4. Kantor Cabang Pasongsongan</li> <li>5. Kantor Cabang Kalianget</li> <li>6. Kantor Cabang Legung</li> <li>7. Kantor Cabang Waru</li> </ol>
-----	------	---

#### 4. Makna Logo BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

**Gambar 1.1**  
**Logo Perusahaan**



Bunga tumbuh yang menjadi inspirasi logo BPRS Bhakti Sumekar melambangkan kegigihan, fleksibilitas, energi, dan kebaikan dalam segala aspek bisnis dalam masyarakat yang diharapkan terus berkembang dan berubah. Sedangkan makna skema warna logo BPRS Bhakti Sumekar yakni :

- 1) Selain diasosiasikan dengan sesuatu yang Islami, warna hijau juga melambangkan kesuburan, ketenangan, dan kekayaan.
- 2) Warna kuning melambangkan kekayaan, kehormatan, dan kesuksesan.<sup>3</sup>

PT. BPR Dana Merapi didirikan berdasarkan akta notaris Yanita Poerbo SH No. 64, tanggal 30 Juli 1992, yang kemudian disetujui oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan nomor C2-392.HT.01.01.TH.1993, tanggal 22 Januari 1993. PT. Merapi Fund pada dasarnya diubah menjadi PT. BPRS Bhakti Sumekar. Pada tanggal 6 Februari 1993 dilakukan pendaftaran dengan nomor 41/30/PT-1993 di kantor Pengadilan Negeri Sidoarjo.

Rencana pembelian yang disampaikan Pemkab Sumenep diusulkan dan diterima oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sumenep, dengan nomor registrasi 910/953/435.040/2001. Usulan tersebut diterima oleh Bank Indonesia pada tanggal 20 Februari 2002 dengan Surat Persetujuan Nomor 4/5/DPBPR/P3BPR/Sb.

PT. BPR Dana Merapi berubah nama menjadi PT. BPR Bhakti Sumekar sepanjang perkembangannya dengan persetujuan Bank Indonesia no. 04/8/KEP/PBI/sb/2002 tanggal 11 November 2003 dan Akta Nomor 24 tanggal 16 September 2002, ditandatangani oleh Notaris Kurniawan Surjanto, SH Notaris di Sidoarjo. dan memperoleh persetujuan atas akta perubahan anggaran dasar perseroan terbatas (No. C-19351 NT.01.04

---

<sup>3</sup>Ibid, hlm. 14

Tahun 2002, tanggal 8 Oktober 2002) dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.<sup>4</sup>

## **5. Visi dan Misi**

### **a) Visi**

“Mewujudkan masyarakat yang semakin sejahtera berdasarkan nilai-nilai agama dan budaya”

### **b) Misi**

1. Bertindak sebagai perantara berbasis syariah antara pelaku ekonomi yang mempunyai surplus dan yang tidak mempunyai modal
2. Mendorong penerapan pemberdayaan pemilik perusahaan kecil dan menengah
3. Mencoba meningkatkan jumlah pendapatan daerah

## **6. Bentuk Badan Hukum**

Akta notaris Yanita Poerbo SH No 64 tanggal 30 Juli 1992 menjadi dasar berdirinya PT. BPR DANA Merapi. Menteri Kehakiman RI mengukuhkannya dengan Surat Keputusan Nomor C2-392.HT.01.01.TH 1993, tanggal 22 Januari 1993. Nomor Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sumenep nomor 910/953/435.040/2001 merekomendasikan dan menyetujui rencana pembelian yang diajukan Pemerintah Kabupaten Sumenep pada tanggal 19 November 2001.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Ibid, hlm. 15

<sup>5</sup><https://bhakti-sumekar.co.id/2015-05-07-19-03-11/struktur-organisasi> diakses pada tanggal 25 september 2023

Selain itu, pada tanggal 20 Februari 2002, Bank Indonesia memberikan persetujuannya. PT. BPR Dana Merapi berubah nama menjadi PT. BPR Bhakti Sumekar dalam perkembangannya dengan pengesahan Bank Indonesia nomor 04/8/KEP/PBI/sb/2002 tanggal 11 November 2003 dan Akta Nomor 24 tanggal 16 September 2002 oleh Notaris Karuniawan Surjanto, SH. Pemerintah Kabupaten Sumenep telah mengesahkan pendirian PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar berdasarkan Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 6 Tahun 2003 tanggal 31 Juli 2003.

Sistem tradisional digantikan dengan sistem Syariah, dan PT. BPR Bhakti Sumekar berganti nama menjadi PT. BPRS Bhakti Sumekar. Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia menyetujui izin prinsip No. 6/606/DPbs Jakarta tanggal 21 Mei 2004 dan menyetujui No.C-01389 HT.01.04.TH.2004 tanggal 19 Januari 2004, Selain itu sebagaimana tercantum dalam akta notaris Sukarini SH di Sidoarjo No. 1 tanggal 1 November 2003, Bank Indonesia Cabang Surabaya No.6/353/DPBPR/IDBPR/Sb tanggal 22 Juni 2004.

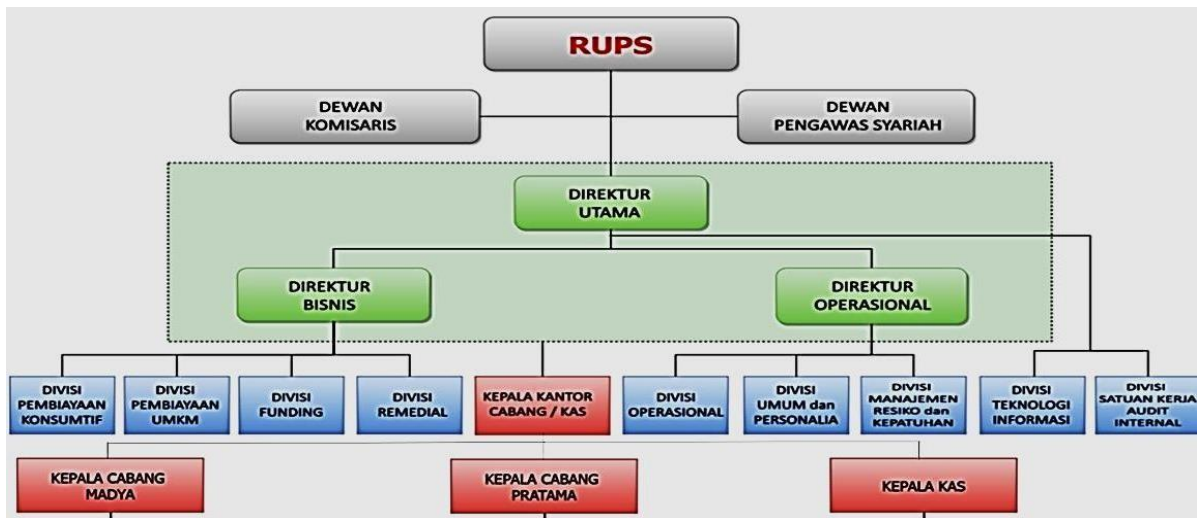
Dengan izin Gubernur Bank Indonesia No. 6/74/KEP.GBI/2004 tanggal 22 September 2004, diperbolehkan dilakukan konversi kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha syariah, berlaku efektif sejak tanggal 22 Oktober 2004.



## 7. Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

Gambar 1.2

Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Sumenep



Sumber : <https://www.bhaktisumekar.co.id>.

### a. Dewan Komisaris

Komisaris Utama : Drs. Hadi Soetarto, M. Si

Anggota Komisaris : Drs. H. Moh. Saleh, M.Si

Anggota Komisaris : KH. M. Taufiq Rahman FM

### b. Dewan Pengawas Syariah

DR. KH. Ahmad Muhammad Tdjani, MA

Arina Haqan, SHI, M.EI

### c. Direksi

Direktur Utama : Novi Sujatmiko

Direktur Bisnis : Hairil Fajar

Direktur Operasional : Cahya Wiratama

## **8. Produk BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat sumenep**

SOP barang perbankan BPRS Bhakti Sumekar diantaranya:

### **a. Simpanan**

#### **1) Tabungan Deposito Berjangka Mudharabah**

Deposito adalah tabungan yang dimaksudkan untuk digunakan untuk investasi; penarikan hanya diperbolehkan pada tanggal jatuh tempo yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu bisa satu, tiga, enam, atau dua belas bulan dari sekarang. dan mampu tumbuh mandiri (ARO). Masyarakat umum dapat melakukan penyetoran melalui Tabungan Deposito Mudharabah jika ingin menginvestasikan uangnya untuk masa depan dengan konsep Mudharabah (bagi hasil).

Syariah Islam menyatakan bahwa deposito mudharabah, jika dipadukan dengan mudharabah mutlaqah, atau akad bagi hasil, merupakan investasi yang bermanfaat bagi masyarakat. Dengan rekomendasi berikutnya berlaku:

- a. Fotokopi tanda pengenal Anda, akta pendirian, anggaran dasar dan segala perubahannya, serta fotokopi nominal nilai setoran minimal Rp 1.000.000,- semuanya diperlukan.
- b. Satu bulan, tiga bulan, enam bulan, dan dua belas bulan adalah jangka waktu simpanan.
- c. Deposito dalam Mudharabah tidak dapat dipindahkan.
- d. Fotokopi izin usaha NPWP (bagi badan hukum)

## 2) Tabungan Barokah Wadi'ah

Tabungan Barokah adalah program tabungan yang dirancang untuk membantu masyarakat umum mempersiapkan masa depan dengan memanfaatkan gagasan wadi'ah (kepercayaan). Keunggulan tabungan barokah antara lain adalah sifatnya yang wadi'ah (simpanan) yang murni, tidak dikenakan bunga, dan batas penarikannya yang tidak terbatas. Berikut syarat dan ketentuannya:

- a. Ditujukan untuk warga negara dan perusahaan korporasi
- b. Mengisi Formulir Pembukaan Tabungan Barokah
- c. Memberikan fotokopi identitas Anda, seperti paspor, KTP, atau SIM (jika Anda perorangan) atau salinan akta pendirian dan perubahannya (jika Anda berbadan hukum).
- d. Dana dapat ditarik kapan saja, dengan saldo tabungan minimal Rp. 10.000 dan minimal setoran awal Rp 10.000.

## 3) Tabungan SIMPEL

Siswa di taman kanak-kanak hingga sekolah dasar yang bersekolah atau lembaga pendidikan lainnya secara jelas berhak atas pengurangan kecil ini. Berikut syarat dan ketentuannya:

- a. Rekening tabungan harus dibuka oleh seseorang yang terdaftar di sekolah.
- b. Anda juga harus mengisi aplikasi dan memberikan fotokopi identitas Anda, seperti akta kelahiran, kartu pelajar, atau KTP.
- c. Minimal saldo yang diperlukan untuk pembukaan rekening adalah Rp 1000.

d. Tanpa biaya administrasi

4) Tabungan Haji Barokah

Rekening yang diperuntukkan khusus bagi orang yang ingin menabung untuk biaya perjalanan disebut rekening tabungan haji tahunan menuju haji. Diskon haji sangat membantu dan memudahkan proses pengorganisasian perjalanan. Dengan pedoman berikut ini berlaku:

- a. Ditujukan untuk para lajang
- b. Fotokopi identitas diri, seperti paspor, kartu SIM, atau KTP yang sah
- c. Diperlukan investasi pertama minimal Rp 100.000

5) Tabungan Hari Raya

Tabungan hari raya adalah uang yang disisihkan untuk awal perayaan Idul Fitri dan terorganisir. Dengan pedoman berikut ini berlaku:

- a. Formulir pembukaan rekening tabungan harus dilengkapi
- b. Diperuntukkan bagi masyarakat maupun badan usaha
- c. Fotokopi identitas Anda diperlukan, termasuk anggaran dasar organisasi Anda dan segala perubahannya, serta paspor, KTP, kartu SIM, atau Akta Pendirian Anda.
- d. Pembayaran awal diberikan kelipatan 100.000
- e. Setoran berikutnya yang harus dilakukan setiap bulan
- f. minimal Rp 50.000. Uang bisa dikeluarkan dua minggu sebelum Idul Fitri.

## 6) Tabungan Qurban Mudharabah

Dana kurban disisihkan untuk perayaan Idul Adha. Tabungan tersebut dapat disisihkan atau dititipkan sesuai dengan syarat-syarat akad mudharabah antara bank dan nasabah sebelum hari raya. Tabungan kurban mempunyai beberapa manfaat, antara lain menguatkan kemauan untuk berkorban tanpa bunga karena menganut konsep mudharabah (bagi hasil) yang memberikan hak kepada pemegangnya atas sebagian keuntungan bank. Dengan pedoman berikut ini berlaku:

- a. Ditujukan untuk para lajang
- b. Fotokopi tanda pengenal yang masih berlaku, seperti paspor, SIM, atau KTP;
- c. Minimal Rp 100.000 harus disetorkan terlebih dahulu
- d. Minimal Rp 50.000 harus ditabung; dan
- e. Dana tersebut harus sudah diterima sebelum Idul Adha., tanpa biaya administrasi

## **b. Pembiayaan**

### 1) Ar-Rahn

Layanan pembiayaan berdasarkan biaya pemeliharaan dan penyimpanan agunan yang memenuhi kebutuhan individu sesuai dengan prinsip syariah. Akad Ar-Rahn adalah akad penyediaan produk yang digunakan sebagai jaminan untuk menjamin pinjaman. Dalam hal ini, emas merupakan barang gadai yang digunakan oleh bank BPRS.

Menurut prinsip syariah, gadai emas merupakan jasa pembiayaan untuk keperluan masyarakat (Ar-Rahn). Gadai emas ini membantu usaha mikro dan kecil mendanai operasional tunai atau kebutuhan mendesak. Jaminan tersebut berbentuk emas dan berlaku selama empat bulan dengan dua kemungkinan perpanjangan.

Jasa pemeliharaan dan biaya penyimpanan Rp. 6 setiap hari hingga Rp. 10.000, perkiraan nilai jaminan yang harus dibayar pada saat pelunasan. Biaya layanan yang diproyeksikan terbesar untuk setiap transaksi adalah Rp 150.000.

2) Pembiayaan Modal kerja & Investasi

Layanan pendanaan yang dirancang untuk menghasilkan modal untuk investasi atau pembelian produk konsumen, serta untuk pertumbuhan perusahaan.

3) Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kategori usaha kecil berbasis lokal yang didirikan melalui inisiatif individu.

4) Pembiayaan Konsumtif

Layanan pembiayaan yang dimaksudkan untuk penggunaan individu daripada mengoperasikan atau mengembangkan bisnis. Misalnya pembelian sepeda motor, sepeda, barang serbaguna, dan dana pensiun.

#### 5) Pembiayaan SADAR BERSIH

Masyarakat dapat membangun lingkungan yang sehat dengan bantuan dana kesadaran bersih untuk sanitasi dan air bersih.

#### 6) Pembiayaan Elektronik

Pembiayaan elektronik adalah pembiayaan yang diciptakan khusus bagi pelanggan yang menginginkan produk elektronik untuk bisnis, pendidikan, rekreasi, atau sekadar untuk mempermudah hidup secara umum. Selain itu, calon penerima pembiayaan elektronik tidak perlu menunggu terlalu lama untuk mendapatkan barang elektronik yang dibutuhkan.

#### 7) Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR)

Pembiayaan KPR merupakan kependekan dari pembiayaan kepemilikan rumah diperuntukkan bagi mereka yang memang benar-benar ingin membeli rumah idaman untuk keluarganya.

#### 8) Pembiayaan Pensiunan

Menurut prinsip syariah, pembiayaan pensiun adalah dana yang diberikan kepada pensiunan untuk kebutuhan lain, seperti modal kerja, pemeliharaan rumah, dan biaya pendidikan.

#### 9) Pembiayaan Kepemilikan Emas

Pembiayaan kepemilikan emas tersedia bagi masyarakat yang ingin berinvestasi emas namun kekurangan uang tunai yang diperlukan.

#### 10) Pembiayaan Talangan Umroh

Pembiayaan dana talangan umrah dirancang untuk membantu mereka yang ingin menunaikan umrah tetapi kekurangan uang tunai yang diperlukan.

#### 11) Pembiayaan Sepeda Motor

Semua organisasi, termasuk warga negara dan pejabat publik, yang membutuhkan mobil namun belum mempunyai uang tunai, dapat mengajukan permohonan pembiayaan kendaraan bermotor. Tergantung pada permintaan pelanggan, prosesnya cepat dan sederhana, dan tidak ada biaya di muka bagi pegawai publik.

### **c. Produk-Produk Jasa di BPRS Bhakti Sumekar**

#### 1) BBS Mobile

Layanan yang dikenal dengan nama "BPRS Bhakti Sumekar Internet Mobile Banking", yang disingkat menjadi "BBS Mobile", memungkinkan pengguna melakukan transaksi tabungan secara online di perangkat smartphone miliknya dengan menggunakan wifi atau data seluler.

#### 2) BBS Merchant

Pelanggan yang mempunyai bentuk usaha anda dapat memanfaatkan Merchant BPRS Bhakti Sumekar atau disebut juga BBS Merchant sebagai alat untuk melakukan transaksi pembayaran non tunai.

Kemampuan menggunakan Kode Respon Cepat, atau disingkat Kode QR, untuk melakukan pembayaran adalah fitur



utama program BBS Merchant. Kode QR adalah sejenis kode matriks yang dapat menyimpan teks. Kadang-kadang disebut sebagai barcode dua dimensi, urf, dan data lainnya dan bertindak sebagai koneksi fisik.

### 3) ATM Cardles

ATM Cardles adalah gadget elektronik yang memungkinkan pengguna memantau rekening tabungan dan menarik uang tanpa bantuan apa pun yang diceritakan orang. ATM Cardles BPRS Bhakti Sumekar istimewa karena memudahkan pengguna bertransaksi hanya dengan menggunakan nomor ponsel dan nomor rekening, bukan kartu. Karena pin ATM Cardles unik untuk setiap transaksi, keamanannya terjamin.

## **B. Paparan Data**

Pada bagian dari paparan data yang berhasil dikumpulkan Peneliti ini akan menjelaskan dan menyajikan data hasil penelitian yang bersumber dari jawaban informan yang telah peneliti lakukan berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi, berdasarkan studi lapangan yang telah dilakukan sebagai media pengumpulan data yang dipakai dalam menggali informasi dan pengumpulan data.

Dari data yang sudah dikumpulkan beberapa jawaban menyangkut tentang “Strategi Pemasaran Gadai Emas (Rahn) Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep”.

## **1. Penerapan Strategi Pemasaran Gadai Emas (Rahn) di BPRS Bhakti**

### **Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

Mengingat semakin banyaknya lembaga keuangan syariah yang bergerak dalam industri yang sama dengan pegadaian konvensional dan syariah, bank, koperasi, dan lain sebagainya, maka strategi pemasaran merupakan salah satu teknik yang digunakan dunia usaha untuk melawan persaingan pasar, yang semuanya menyediakan layanan pinjaman. Oleh karena itu, setiap bisnis harus mampu meningkatkan kualitas penjualan produknya melalui penggunaan taktik akuisisi konsumen yang unik serta sistem pemasaran yang efisien dan sukses.

Strategi pemasaran adalah penggunaan alasan pemasaran dengan harapan bahwa unit bisnis akan memenuhi tujuan penawarannya. Target pasar, positioning produk, bauran pemasaran, dan jumlah uang yang dikeluarkan untuk pemasaran adalah bagian dari strategi pemasaran. Dengan kata lain, upaya pemasaran perusahaan didorong oleh kumpulan tujuan, aturan, dan peraturan yang disebut sebagai strategi pemasaran. Secara berkala, upaya tersebut dilakukan untuk memenuhi keinginan dan aspirasi manusia melalui produksi, penyediaan, perubahan, dan perdagangan komoditas antar entitas. partai politik saingannya.

Strategi pemasaran suatu perusahaan memainkan peran penting dalam meningkatkan jumlah konsumen dan posisi pasar perusahaan melalui pemasaran yang efektif. Mengingat temuan wawancara terkait strategi pemasaran dengan Bapak Agus Salim selaku Kepala Bagian Marketing menyebutkan:

“ Gadai emas merupakan produk pembiayaan yang sudah lama ada di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, pastinya masyarakat sudah mengetahui tentang adanya produk ini. Strategi pemasaran merupakan langkah awal pengenalan kepada nasabah, untuk strategi pemasaran sendiri lebih mengacu pada kelebihan dari produk gadai itu sendiri.”<sup>6</sup>

Menanggapi respon dari Bapak Agus Salim penulis mencoba mengkonfirmasi hal ini kepada Ibu Putri Bimantari selaku Admin Gadai:

“Bauran pemasaran harga, produk, promosi, dan tempat menjadi fokus pendekatan yang dilakukan Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep dalam menjual barang gadai emas.”<sup>7</sup>

Dalam hal ini Ibu Rizki Amaliyah selaku Bagian SID juga memberikan tanggapannya berkaitan dengan teknik pemasaran produk gadai yang digunakan BPRS Bhakti Sumekar:

“Untuk strategi pemasaran yang biasa kita gunakan yaitu proses pemasaran secara langsung, melalui media sosial dan kadang kami juga mengadakan promo untuk proses penggadaian emas di BPRS.”<sup>8</sup>

Menanggapi paparan yang disampaikan oleh Ibu Rizky Amaliyah, Bapak Agus Salim menambahkan pemaparannya mengenai strategi pemasaran, beliau mengatakan:

---

<sup>6</sup>Agus Salim, Kepala Bagian Marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (12 Oktober 2023)

<sup>7</sup> Putri Bimantari, Admin Gadai BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (09 Oktober 2023)

<sup>8</sup> Rizky Amaliyah, Bagian SID BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (09 Oktober 2023)

“Dalam melakukan strategi pemasaran kami menggunakan empat bauran pemasaran harga, promosi, produk, dan tempat juga disebut sebagai bauran pemasaran. Mengenai biaya (harga) BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep ini menetapkan biaya pemeliharaan (*ujroh*) lebih kecil dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya.”<sup>9</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Siti Halifah tentang marketing:

“Dibandingkan lembaga keuangan lainnya, BPRS Kantor Pusat Bhakti Sumekar Sumenep memiliki biaya pemeliharaan yang lebih rendah. Biaya pemeliharaan (*ujroh*) dihitung perhari sebesar Rp.6-, perhari pe Rp.10.000 jadi misalkan Rp. 2.000.000 maka biaya pemeliharaannya sebesar Rp. 200 rupiah jadi 1 bulannya sebesar Rp. 20.000.”<sup>10</sup>

Dari uraian di atas terlihat jelas bahwa gadai emas di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar, Sumenep lebih murah dari segi biaya dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya.

Pendapat lain juga disampaikan oleh Rizki Ananda selaku admin pembiayaan, beliau mengatakan:

“Langkah selanjutnya jika dilihat dari segi *place* (tempat) Posisi Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep yang sentral membuatnya sangat mudah diakses dan dikenal masyarakat luas.”<sup>11</sup>

Selaku Customer Service, Ibu Bela juga mengkomunikasikan hal lain:

---

<sup>9</sup>Agus Salim, Kepala Bagian Marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (12 Oktober 2023)

<sup>10</sup> Siti Halifah, Bagian Transfer BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (09 Oktober 2023)

<sup>11</sup> Rizky Ananda, Admin Pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (10 Oktober 2023)

“Untuk segi *place* (tempat) BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep Masyarakat mudah menjangkaunya karena letaknya yang sangat strategis di dalam kota.”<sup>12</sup>

Jelas dari penjelasan sebelumnya bahwa dari segi lokasi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep mempunyai tempat strategis sehingga mudah dijangkau.

Pendapat berbeda juga disampaikan oleh Bapak Agus Salim selaku Kepala Bagian Marketing:

“Selain dilihat dari segi *price* (harga) dan *place* (tempat), promosi yang dikelola oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep yaitu menggunakan berbagai media promosi seperti mempromosikan produk gadai secara langsung yang datang ke kantor, pengenalan produk melalui brosur yang dibagikan kepada masyarakat, memasang banner, sosialisasi, dan juga menggunakan media sosial.”<sup>13</sup>

Pesan senada juga disampaikan Bu Putri, pengurus gadai:

“Promosi yang kami lakukan itu dek dengan cara membagikan brosur, memasang banner, sosialisasi, dan memanfaatkan media sosial. Dengan cara menjelaskan keunggulan-keunggulan dari produk gadai emas tersebut.”<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup>Nurannisa Puji Beladien, Customer Service BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Online* (13 Oktober 2023)

<sup>13</sup> Agus Salim, Kepala Bagian Marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (12 Oktober 2023)

<sup>14</sup> Putri Bimantari, Admin Gadai BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (09 Oktober 2023)

Dari uraian diatas secara ringkas, Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep melakukan berbagai strategi promosi, antara lain dengan membagikan pamflet, menggantung poster, berinteraksi dengan masyarakat, memanfaatkan media sosial, dan memaparkan manfaat barang gadai emas.

Tambahan pandangan juga diberikan oleh Ibu Aya Sofia Sari, WO Remedial Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep:

“Untuk proses pencairan produk gadai emas di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep: pinjaman berdasarkan akad qard, jangka waktu fleksibel (dapat diperpanjang), dan proses pencairan tunai cepat, mudah, dan tanpa bunga. Satu-satunya biaya yang terkait dengan pinjaman tersebut adalah biaya pemeliharaan (ujroh).”<sup>15</sup>

Hal senada juga disampakain oleh Ibu Muna selaku Nasabah:

“Untuk menggadaikan emas Agunan yang perlu diserahkan konsumen ke BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep hanyalah emas dan KTP, setelah itu akan kami proses sehingga nasabah tidak perlu menunggu terlalu lama.”<sup>16</sup>

Jelas dari uraian sebelumnya bahwa untuk menggadaikan emas di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep, nasabah hanya perlu memberikan emas dan KTP sebagai jaminan, dan proses pencairannya yang relatif singkat dan mudah sehingga nasabah tidak perlu menunggu terlalu lama, jangka waktu yang fleksibel, dan pinjamannya berdasarkan akad qard.

---

<sup>15</sup> Aya Sofia Sari, Remedial WO BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (10 Oktober 2023)

<sup>16</sup> Muna, Nasabah Gadai Emas BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Online* (11 Oktober 2023)

Selain menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam melakukan strategi pemasaran, BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep juga melakukan strategi pemasaran menggunakan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*).

Menurut Bapak Agus Salim, Kepala Pemasaran BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep:

“Sebelum menawarkan suatu produk hal yang harus dilakukan itu menentukan segmentasi pasar yang dimana pada segmentasi ini pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep harus menyadari keinginan semua orang”<sup>17</sup>

Hal senada juga diungkapkan Ibu Putri, Pengurus Gadai, beliau mengatakan:

“Banyak strategi yang kami lakukan diantaranya adalah geracar atau yang biasa kita sebut dengan mengambil alih pasar yaitu dengan memasang iklan dan membagikan pamflet kepada pelaku usaha, tempat kerja, sekolah, dan ruang publik dalam upaya memperkenalkan barang gadai emas di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.”<sup>18</sup>

Pendapat lain juga disampaikan oleh Ibu Rika Ramzi selaku Teller Kas Keliling, beliau mengatakan:

“Langkah yang harus kita lakukan sebelum melakukan strategi pemasaran yaitu melakukan segmentasi pasar tujuannya untuk memasarkan Barang

---

<sup>17</sup> Agus Salim, Kepala Bagian Marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (12 Oktober 2023)

<sup>18</sup>Putri Bimantri, Admin Gadai BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (09 Oktober 2023)

yang disediakan Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep sesuai dengan kebutuhan nasabah. Langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi target pasar kami, yang mencakup mengunjungi pasar lokal dan meminta individu di sana untuk bergabung dengan kami. Usai menjabarkan keunggulan produk gadai, Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep melanjutkan menilai situasi pasar.”<sup>19</sup>

Dari rangkuman di atas terlihat jelas bahwa segmentasi pasar merupakan langkah awal dalam menyusun strategi pemasaran. Tujuan dari segmentasi pasar adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan klien potensial. Langkah kedua adalah mengidentifikasi target pasar, dimana pasar-pasar tersebut menjadi fokus dari barang gadai emas tersebut. Langkah ketiga meliputi penilaian situasi pasar, dimana BPRS menyoroti manfaat layanan gadai emas untuk membangkitkan minat terhadap penawaran tersebut.

Tahap selanjutnya BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep menerapkan strategi pemasaran setelah penetapan rencana pemasaran dengan menggunakan STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning).

Selaku Kepala Pemasaran, Pak Agus pun mengatakan hal lain:

“Untuk mendapatkan nasabah baru itu tidak mudah dek, dan di sini kita tidak yang harus terjun langsung ke lapangan akan tetapi jika ada nasabah yang datang ke kantor baik itu nasabah baru ataupun nasabah pembiayaan lainnya kita langsung menawarkan kepada mereka dan memberikan mereka brosur serta menjelaskan keunggulan-keunggulan yang ada pada

---

<sup>19</sup> Rika Ramzi, Teller Kas Keliling BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (13 Oktober 2023)



produk gadai emas itu sendiri. Selain itu biasanya kami dilibatkan dalam acara dinas, tentunya kami harus bisa memanfaatkan kesempatan itu mengiklankan barang di kantor pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep, khususnya barang gadai emas.”<sup>20</sup>

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam memasarkan produk gadai tidak diharuskan untuk terjun langsung ke lapangan, mereka justru memberikannya langsung kepada nasabah yang berkunjung ke Kantor Pusat Sumenep dan kantor BPRS Bhakti Sumekar.

Peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Putri Selaku Admin Gadai:

“Sebenarnya dalam strategi pemasaran itu pasti ada segmentasi berdasarkan pengelompokan dan yang lainnya. Maka dari itu harus sesuai dengan segmentasi yang telah direncanakannya, yaitu harus paham segmentasi pasar yang sudah dikelompokkan, Segmentasi geografis merupakan metode yang digunakan oleh kantor pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep yaitu berdasarkan wilayah atau tempat tinggal yang mencakup Kabupaten dan Kecamatan. Pada segmentasi ini lebih dominan pada masyarakat Kabupaten Sumenep. Selain berdasarkan segmentasi geografis juga berdasarkan pada segmentasi demografis yang berdasarkan agama, pada segmentasi demografis ini lebih dominan pada agama islam karena rata-rata nasabah kami agama islam.”<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup>Agus Salim, Kepala Bagian Marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (12 Oktober 2023)

<sup>21</sup>Putri Bimantari, Admin Gadai BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (09 Oktober 2023)

Dari pernyataan di atas terlihat jelas bahwa BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep menggunakan segmentasi pemasaran yaitu berdasarkan segmentasi geografis berdasarkan wilayah atau tempat tinggal yang dominan Kabupaten Sumenep, dan segmentasi demografis berdasarkan agama Islam.

Pernyataan lainnya yang disampaikan oleh Ibu Bela selaku *Customer Service*:

“Strategi pemasaran selanjutnya yaitu pada *targeting* dimana *targeting* itu adalah proses menentukan pasar sasaran, pada target pasar disini adalah pada cakupan pasar penuh, pada *targeting* tersebut kita harus melayani semua segmen yang ada.”<sup>22</sup>

Hal ini senada juga disampaikan oleh Bapak Rizki Ananda:

“Sebenarnya dalam target pasar itu kan ada berdasarkan konsentrasi segmen tunggal, ada spesialisasi selektif, termasuk yang Ibu Bela sampaikan tadi yaitu *targeting* pada cakupan pasar penuh, kita lebih memilih pada cakupan pasar penuh yaitu melayani semua segmen yang ada. Jadi, targetnya pada semua kalangan masyarakat.”<sup>23</sup>

Berdasarkan hasil pemaparan diatas dapat kita simpulkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan BPRS Kantor Pusat Bhakti Sumekar Sumenep untuk membangkitkan minat nasabah didasarkan pada cakupan pasar yang komprehensif, artinya seluruh segmen yang ada dilayani atau dijalankan dengan segala item yang mungkin dibutuhkan tanpa ada kendala tertentu. . Seluruh lapisan masyarakat menjadi sasarannya.

---

<sup>22</sup> Nurannisa Puji Beladien, Customer Service BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (11 Oktober 2023)

<sup>23</sup> Rizky Ananda, Admin Pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (10 Oktober 2023)

Ibu Maya selaku Teller juga mengatakan hal yang sama:

“Strategi pemasaran yang terakhir yaitu pada *positioning* dimana *positioning* ini merupakan proses menentukan posisi pasar sasaran, pada *positioning* pasar disini yaitu dengan menunjukkan keunggulan-keunggulan produk yang dimiliki, misalnya pada produk gadai emas.”<sup>24</sup>

Pernyataan tersebut didukung oleh Bapak Agus Salim Kepala Bagian Administrasi:

“Seperti yang sudah disampaikan oleh Ibu Maya, *positioning*nya itu kita menggunakan posisi pasar berdasarkan keunggulan-keunggulan produk yang kita punya. Maka dari itu kami harus mempertahankan dari keunggulan-keunggulan tersebut sehingga nantinya masyarakat akan tertarik dengan produk tersebut.”<sup>25</sup>

Dari uraian diatas, Kita dapat menyimpulkan bahwa *positioning* Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep melibatkan penentuan *positioning* pasar berdasarkan hasil keunggulan kompetitif.

Hal tersebut juga sependapat dengan Ibu Ina, nasabah gadai emas di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep:

“Saya sudah berkali-kali menggadaikan emas saya di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep untuk kebutuhan hidup mendesak, karena pekerjaan saya hanya sebagai ibu rumah tangga, terkadang kekurangan

---

<sup>24</sup> Maya, Teller BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (11 Oktober 2023)

<sup>25</sup> Agus Salim, Kepala Bagian Marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (12 Oktober 2023)

dana dalam kebutuhan sehari-hari, sehingga saya berkeinginan untuk menggadaikan emas karena proses pencairannya cepat.”<sup>26</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Nur Hayati:

“Saya sudah pernah menggadaikan emas di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, dan sekarang saya membutuhkan dana lagi untuk modal usaha. Saya menggadaikan emas disini karena proses pencairannya sangat mudah dan cepat.”<sup>27</sup>

Dari penjelasan yang disampaikan oleh kedua nasabah di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa ada nasabah yang menggadaikan emasnya untuk memenuhi kebutuhan dasar, dan ada pula yang bergantung padanya untuk modal usaha, dan proses pencairannya yang cukup cepat.

Berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Agus Salim selaku kabag Pembiayaan:

“Hal penting yang harus kita lakukan dalam menentukan produk yaitu menyediakan barang yang tercantum dalam brosur untuk BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat sumenep selanjutnya yaitu mensosialisasikan serta menjelaskan tentang produk dan keunggulan dari produk yang kami tawarkan.”<sup>28</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh ibu Siti Halifah bagian Transfer:

---

<sup>26</sup> Ina, Nasabah Gadai Emas BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (13 Oktober 2023)

<sup>27</sup> Nur Hayati, Nasabah Gadai Emas BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Online* (10 Oktober 2023)

<sup>28</sup> Agus Salim, Kepala Bagian Marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (12 Oktober 2023)

Produk gadai emas merupakan salah satu jenis pembiayaan yang memungkinkan usaha kecil dan mikro membiayai kebutuhan modal kerja atau kebutuhan pendanaan jangka pendek dengan menggunakan jaminan emas.”<sup>29</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep menawarkan produk yang disebut “gadai emas” yang menggunakan emas sebagai jaminan untuk memenuhi kebutuhan pinjaman jangka pendek atau sebagai modal kerja bagi perusahaan mikro dan kecil.

BPRS Bhakti Sumekar kantor Pusat Sumenep meninjau keunggulan produk yang dimiliki, serta hasil yang didapat. Berdasarkan hasil wawancara yang disampaikan oleh Ibu Rika Ramzi:

“Semua produk Salah satu keuntungan bekerja di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep adalah produk gadai emas dimana keunggulannya yaitu dilihat dari murahnya jasa penyimpanan, biaya pemeliharannya dihitung per hari.”<sup>30</sup>

Salah satu keuntungan bekerja di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep adalah produk gadai emas:

“Keunggulan produk gadai emas BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep adalah pelayanan penyimpanannya yang murah, tidak ada biaya administrasi selain biaya penilaian emas. Untuk pinjaman yang melebihi \$5 juta hanya berlaku biaya materai yang sebenarnya dihitung setiap hari

---

<sup>29</sup> Siti Halifah, Bagian Transfer BPRS Bhakti Sumekar kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (09 Oktober 2023)

<sup>30</sup> Rika Ramzi, Teller Kas Keliling BPRS Bhakti sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (13 Oktober 2023)

di bulan sejumlah \$10.000, khusus untuk maintenance. Prosesnya sederhana dan cepat, sehingga tidak membuat pelanggan risih menunggu lama.”<sup>31</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenepbd mempunyai keunggulan produk gadai diantaranya yaitu dari segi pelayanan, biaya pemeliharaan yang murah, ujrohnya dihitung per hari, dan prosesnya yang cepat serta mudah.

## **2. Efektivitas Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Gadai Emas (Rahn) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

Evektifitas merupakan hasil yang optimal dan sejalan dengan rencana yang telah ditentukan dengan menggunakan prosedur atau teknik yang tepat untuk melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

Sejauh mana keberhasilan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep dalam membujuk objek atau calon konsumen untuk membeli barang gadai emas dapat dianggap sebagai ukuran efektivitas pemasaran. Efektivitas juga dapat dilihat sebagai upaya untuk menyelesaikan semua tugas yang berkaitan dengan aktivitas pemasaran dengan tepat, memanfaatkan semua sumber daya yang tersedia sesuai dengan operasional.<sup>32</sup>

Berdasarkan temuan wawancara yang dilakukan oleh Kepala Pemasaran Bapak Agus Salim, beliau mengatakan:

---

<sup>31</sup> Agus Salim, Kepala Bagian Pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (12 Oktober 2023)

<sup>32</sup> Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi*, (Bandung, Yharama Widya, 2012), h, 79

”Kami menerapkan berbagai teknik untuk menarik perhatian klien dan memenangkan loyalitas mereka terhadap produk kami. Teknik-teknik tersebut meliputi memanfaatkan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Selain itu kami juga menggunakan pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*).<sup>33</sup>

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Rizky Ananda, Administrator Keuangan:

“Sebagai lembaga yang berdasarkan prinsip syariah, BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep terus berusaha menyediakan produk dan layanan yang luas dan beragam. Untuk mencapai tujuan tersebut dan meningkatkan minat nasabah, BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep berdedikasi untuk memberikan pelayanan terbaik terutama pada produk gadai emas.”<sup>34</sup>

Pendapat lain juga disampaikan oleh Bapak Destrin Bagian Legal:

“Tidak dapat dipungkiri bahwa peningkatan jumlah konsumen pengguna barang gadai emas ini bukan suatu kebetulan, melainkan didukung oleh rencana pemasaran yang matang yang diawali dengan bauran pemasaran atau marketing mix lainnya.”<sup>35</sup>

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwasanya strategi pemasaran sangatlah berpengaruh terhadap peningkatan minat nasabah. Oleh karena itu,

---

<sup>33</sup> Agus Salim, Kepala Bagian Marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (12 Oktober 2023)

<sup>34</sup> Rizky Ananda, Admin Pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (10 Oktober 2023)

<sup>35</sup> Destrin, Bagian Legal BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (11 Oktober 2023)

BPRS Bhakti Sumekar berkomitmen untuk memberikan pelayanan semaksimal mungkin demi menarik perhatian pelanggan.

Peneliti juga mempertanyakan langsung konsumen penggadaian emas (rahn) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep untuk mempelajari lebih detail. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Rizka Alfa Akbari beliau menjelaskan sebagaimana hasil wawancara berikut:

“Saya mengetahui adanya produk gadai dari keluarga terdekat yang biasa menggadai sejak 7 tahun lalu. Beliau juga mengatakan proses pencairannya cepat dan tidak ribet. Saya pernah melakukan penggadaian di tempat lain, akan tetapi kembali lagi ke BPRS karena lembaga syariah dan ujrohnya yang sangat murah, tidak ada pernah emas hilang atau cacat”<sup>36</sup>

Hal ini juga dikatakan oleh Ibu Maya sebagai Nasabah Gadai Emas di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep beliau berkata:

“Sejak satu terakhir saya sudah melakukan transaksi gadai di BPRS. Saya mengetahui adanya gadai emas dari tetangga saya yang sudah lama menjadi nasabah gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep. Saya tertarik menggadaikan emas emas di BPRS karena pinjaman yang diterima lebih besar dari pegadaian lainnya dan juga karena biaya pinjamannya dihitung per hari bukan per bulan.”<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup>Rizka Alfa Akbari, Nasabah Gadai Emas BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (10 Oktober 2023)

<sup>37</sup> Maya, Nasabah Gadai Emas BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (09 Oktober 2023)



Lebih lanjut juga Ibu Vita Nindya mengatakan:

“Saya mengetahui gadai emas di BPRS Bhakti Sumekar dari rekan sahabat saya yang bekerja di BPRS. Sejak awal diadakannya program gadai disana saya sudah menjadi nasabah gadai. Saya tertarik dengan gadai emas yang ada di BPRS karena biaya paling murah dibandingkan gadai di tempat lain. Selain itu biaya yang ada di BPRS Bhakti Sumekar sangat murah dibandingkan di tempat lain yang harganya lebih mahal.”<sup>38</sup>

Dalam hal ini Ibu Rizka, Ibu Maya dan Ibu Vita Nindya mempunyai alasan masing-masing sehingga mereka tertarik untuk melakukan gadai emas di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.

Guna menggali informasi lebih lanjut peneliti kembali mewawancarai Bapak Agus Salim mengenai hambatan dalam melakukan strategi pemasaran, beliau mengatakan:

“Yang menjadi penghambat bagi kami dalam melakukan strategi pemasaran itu sebenarnya tidak ada, akan tetapi yang menjadi kendala yaitu banyaknya kompetitor lain yang juga menawarkan produk gadai seperti halnya pegadaian syariah.”<sup>39</sup>

Dari uraian tersebut bisa disimpulkan bahwa faktor penghambat dalam strategi pemasaran produk gadai emas yaitu karena semakin banyaknya kompetitor yang ada.

---

<sup>38</sup> Vita Nindya, Nasabah Gadai Emas BPRS bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (09 Oktober 2023)

<sup>39</sup> Agus Salim, Kepala Bagian Marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (12 Oktober 2023)

Hal lain juga disampaikan oleh Bapak Agus Salim selaku Kabag Marketing:

“Jika kita melihat dari banyaknya strategi pemasaran yang sudah kita terapkan tentunya strategi yang kami gunakan dalam memasarkan produk gadai emas di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep sudah cukup efektif.”<sup>40</sup>

Menanggapi yang disampaikan oleh Bapak Agus Salim, Ibu Putri juga menyampaikan pendapatnya:

“Memang betul dek, strategi pemasaran yang kami lakukan sudah cukup efektif. Akan tetapi, pada saat ini jumlah nasabah mengalami penurunan itu disebabkan karena semakin banyaknya kompetitor dan juga nasabah lebih memilih untuk melakukan transaksi dengan kantor terdekat.”<sup>41</sup>

Pernyataan senada juga disampaikan Ibu Ifa dari Marketing:

“Untuk strategi pemasaran yang sudah kita lakukan terutama pada bauran pemasaran (*marketing mix*) sudah efektif. Namun, jika kita melihat adanya penurunan jumlah nasabah hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, dan untuk strategi pemasaran sendiri tidak termasuk ke dalam faktor penurunan jumlah nasabah tersebut.”<sup>42</sup>

Hasil wawancara di atas mendukung kesimpulan bahwa rencana pemasaran berhasil menarik perhatian pelanggan. Menanggapi ucapan Ibu Ifa,

---

<sup>40</sup> Agus Salim, Kepala Bagian Marketing BPRS Bhakti Sumekar kantor Pusat Sumenep. *Wawancara Langsung* (12 Oktober 2023)

<sup>41</sup> Putri Bimantari, Admin Gadai BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (09 Oktober 2023)

<sup>42</sup> Siti Halifah, Bagian Transfer BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (09 Oktober 2023)

penulis berusaha meminta Pak Agus, Kepala Bagian Pembiayaan Kantor BPRS Bhakti Sumekar Sumenep, membenarkan hal tersebut:

“Jika kita melihat peningkatan jumlah nasabah pada produk gadai emas bukan hanya disebabkan oleh strategi pemasaran, akan tetapi hal tersebut bisa terjadi tergantung musim. Seperti halnya bisa kita lihat, jika musim sekolah banyak nasabah yang menggadaikan emasnya untuk memenuhi kebutuhan ataupun membeli perlengkapan untuk sekolah dan contoh lain pada saat musim tembakau banyak masyarakat yang menggadaikan emasnya untuk dijadikan modal, akan tetapi setelah musim tembakau selesai mereka kembali menebus emas yang mereka gadaikan. Hal inilah yang membuat meningkatnya jumlah nasabah gadai Emas di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.”<sup>43</sup>

Dalam kapasitasnya sebagai Admin Pegadaian, Ibu Putri juga mengungkapkan hal serupa:

“Untuk saat ini strategi pemasaran yang sudah dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar kantor Pusat sumenep saya katakan sudah sangat efektif. Mengapa demikian karena jumlah nasabah gadai emas semakin mengalami peningkatan yang sangat pesat”<sup>44</sup>

Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi serta penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwasanya strategi pemasaran memang sudah efektif, selain itu peningkatan minat nasabah atau jumlah nasabah disebabkan karena musim.

---

<sup>43</sup> Agus Salim, Kepala Bagian Marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (12 Oktober 2023)

<sup>44</sup> Putri Bimantari, Admin Gadai BPRS Bhakti sumekar Kantor Pusat Sumenep, *Wawancara Langsung* (09 Oktober 2023)

## **C. Temuan Penelitian**

Kesimpulan dapat diambil berdasarkan informasi yang diberikan di atas, yang meliputi informasi hasil observasi, wawancara, dan dokumen mengenai temuan riset diantaranya:

### **1. Penerapan Strategi Pemasaran Gadai Emas (Rahn) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

#### **A. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

Jika dilihat Empat Bauran pemasaran merupakan strategi yang banyak digunakan di kantor pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep berikut diantaranya:

##### **1) *Price (Harga)***

Biaya ujroh yang dikenakan BPRS Kantor Pusat Bhakti Sumekar Sumenep lebih terjangkau jika dibandingkan dengan lembaga keuangan lain khususnya pegadaian syariah. Di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep, Ujroh terpilih yaitu sebesar Rp. 6,- perhari per Rp. 10.000,-

##### **2) *Place (Tempat)***

Untuk segi tempat, BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep mempunyai kedudukan unggul sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat; terletak di pusat Kota Sumenep.

##### **3) *Promotion (Promosi)***

Dalam segi promosi, Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep menggunakan banyak cara untuk mengiklankan produknya, diantaranya:

a. Pasarkan langsung ke klien yang mengunjungi tempat kerja

Promosi langsung kepada nasabah yang berkunjung ke kantor merupakan salah satu teknik pemasaran dilakukan oleh kantor pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. Kantor tersebut langsung mendatanginya setiap kali konsumen datang, terlepas dari apakah mereka membiayai atau menggadaikan emas memberikan informasi mengenai barang gadai (rahn) emas yang ditawarkan di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

b. Mensosialisasikan Kepada Masyarakat

Dalam hal ini para marketer terjun langsung ke lokasi untuk bertemu langsung dengan calon nasabah dimana mereka akan memberikan informasi-informasi mengenai barang yang ditawarkan BPRS khususnya barang gadai emas (rahn).

c. Menyebarkan brosur

Nasabah yang berkunjung ke Kantor BPRS Bhakti Sumekar diberikan brosur. Selain itu, BPRS juga sering mengikuti acara-acara resmi yang memberikan kesempatan untuk mengiklankan barang gadai (rahn) emas dengan membagikan pamflet.

d. Memasang banner

Banner biasa digunakan sebagai media untuk mempromosikan suatu produk. Banner dianggap efektif digunakan sebagai media promosi karena dapat diakses oleh masyarakat umum, guna menginformasikan kepada masyarakat mengenai barang gadai emas tersedia di kantor pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

e. Melalui sosial media

Promosi merupakan metode yang sangat efisien yang dapat diterapkan sebagai alat komunikasi. Salah satunya yaitu dengan cara mempromosikan menggunakan sosial media, yakni Whatsapp, instagram, dll. Dengan menggunakan sosial media tentunya informasi yang kita sampaikan akan lebih mudah terjangkau karena masyarakat umumnya sudah banyak yang menggunakan sosial media.

4) *Process* (Proses)

Dalam segi proses, pada BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep proses pencairannya dana yang relative mudah dan cepat, singkat, tidak dikenakan Pinjaman ini berdasarkan akad qardh, jangka waktunya bervariasi (dapat diperpanjang), dan biaya administrasi semata-mata dikenakan biaya ujroh.

**B. STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*)**

1) Segmenting

a. Geografik

Segmentasi berdasarkan wilayah yang dibidik BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep yaitu mencakup daerah Kabupaten Sumenep yang membentuk divisi di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep yang lebih sering dikunjungi warga Kabupaten Sumenep.

b. Demografik

Segmentasi berdasarkan jenis agama. Jenis agama nasabah di BPRS Bhakti Sumekar dominan beragama islam.

## 2) Targeting

Targeting berdasarkan cakupan pasar yang lengkap memungkinkan bisnis untuk melayani semua segmen pasar saat ini. Target pasar perlu diselaraskan dengan barang yang akan disuplai oleh Kantor Pusat Sumenep, BPRS Bhakti Sumekar misalnya kepada semua kalangan masyarakat yang ada di Kabupaten Sumenep.

## 3) Positioning

Penentuan posisi pasar berdasarkan hasil keunggulan bersaing lainnya yaitu BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep harus menampakkan keunggulan yang ada pada produk gadai emas (rahn) sehingga masyarakat akan tertarik terhadap keunggulan produk dibandingkan produk yang sama dari lembaga keuangan lainnya.

## **2. Efektivitas Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Gadai Emas (Rahn) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

a) Bauran pemasaran digunakan oleh Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Bhakti Sumekar Sumenep sebagai bagian dari strategi pemasarannya:

### 1. Harga (*Price*)

Jika dilihat dari segi *price*, jika dibandingkan dengan pegadaian syariah lainnya, ujuh yang ditetapkan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep lebih rendah. Di kantor pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep untuk mengambil biaya ujuh setiap empat bulan sekali, sedangkan pada pegadaian lainnya setiap setengah bulan sekali.

## 2. Promosi (*Promotion*)

Dalam segi *promotion*, Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep melakukan promosi langsung dengan klien yang datang ke BPRS Bhakti Sumekar, mensosialisasikan kepada masyarakat, menyebarkan brosur, memasang banner, serta melalui media sosial.

## 3. Tempat (*Place*)

Dari segi *place*, untuk lokasi atau tempat BPRS bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep sangat strategis, yaitu berada ditengah-tengah kota sehingga masyarakat mudah untuk menjangkaunya dan datang ke kantor.

## 4. Proses (*Process*)

Untuk segi *process*, Nasabah tidak perlu menunggu lama saat menggadaikan emas di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, karena proses pembayarannya mudah dan cepat.

Selain bauran pemasaran, Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep menggunakan pendekatan pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning):

### 1. Segmenting

Untuk memastikan posisi pasar, segmentasi melibatkan pengelompokan. Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep telah mengembangkan segmentasi berdasarkan geografi yaitu berdasarkan wilayah atau tempat tinggal yang mencakup Kabupaten atau Kecamatan. Selain berdasarkan geografi juga berdasarkan demografis yang berdasarkan pada agama yang lebih dominan beragama islam.



## 2. Targeting

Strategi pemasaran yang selanjutnya yaitu targeting merupakan proses menentukan pasar sasaran, pada target pasar disini adalah cakupan pasar penuh. Dalam hal ini pihak BPRS Bhakti Sumekar harus melayani semua segmen yang ada.

## 3. Positioning

Positioning merupakan proses menentukan posisi pasar sasaran, dalam tata cara tersebut yaitu dengan menonjolkan keutamaan barang yang mereka tawarkan, misalnya barang gadai emas (rahn). Minat nasabah terhadap barang gadai emas semakin meningkat seiring dengan teknik pemasaran yang digunakan. Demikian mengenai rencana pemasaran yang dilaksanakan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep sudah efektif.

- b) Peningkatan jumlah nasabah tidak hanya dipengaruhi karena strategi pemasaran. Akan tetapi juga disebabkan oleh musim, misalnya pada saat musim sekolah maka masyarakat banyak yang menggadaikan emas tersebut untuk biaya kebutuhan, hal tersebut yang membuat terjadinya pertumbuhan jumlah nasabah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep yang menggadaikan emas. Meningkatnya minat nasabah menunjukkan bahwa rencana pemasaran BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep efektif sudah sangat efektif.

## **D. Pembahasan**

Peneliti akan memberikan pembahasan secara menyeluruh sesuai dengan topik penelitian, berdasarkan hasil penyajian data dan temuan penelitian di atas. Berikut percakapannya:

### **1. Penerapan Strategi Pemasaran Gadai Emas (Rahn) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

Karena persaingan yang ketat dalam dunia bisnis, Untuk berkembang di pasar, setiap bisnis memerlukan keunggulan kompetitif. Memiliki strategi pemasaran yang tepat adalah salah satu keuntungan perusahaan. Rencana pemasaran yang baik memerlukan penciptaan produk yang diinginkan, penetapan harga yang melengkapi penawaran, memposisikan produk di lokasi yang menarik secara visual, dan promosi produk melalui media cetak atau langsung. Selain itu, rencana bisnis untuk mensegmentasi pasar menurut target klien, memfokuskan pada pasar tersebut, dan menetapkan positioning perusahaan yang diinginkan di mata pelanggan sedemikian rupa sehingga nasabah tertarik dengan produk yang ditawarkan.<sup>45</sup>

Dalam upaya memenuhi target penjualan barang gadai emas, Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep menerapkan tindakan strategi pemasaran yaitu dengan cara:

#### **A. Bauran Pemasaran**

##### 1) *Price*

---

<sup>45</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jakarta : Erlangga, 1993)

Menetapkan harga adalah komponen penting dari inisiatif pemasaran. Mengingat penetapan harga merupakan hal yang penting, pada akhirnya, menentukan apakah suatu produk atau layanan keuangan laku atau tidak untuk dipertimbangkan. Kesalahan dalam menetapkan harga akan berdampak buruk pada produk yang dijual.<sup>46</sup>

Bank perlu berhati-hati dalam menentukan harga beli atau jual. Ketidaktepatan dalam penetapan harga akan mengakibatkan kerugian bagi bank. Banyak faktor yang perlu diperhatikan dalam menetapkan harga, salah satunya adalah alasan penetapan harga. Hal ini karena alasan penetapan harga mudah dipahami. Lembaga keuangan menetapkan harga untuk mencapai sejumlah tujuan. Harga ditetapkan oleh Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep relatif murah.

## 2) *Place* (Tempat)

Tempat mengacu pada tindakan yang diambil oleh bisnis untuk memasok barang yang dibutuhkan pasar sasaran. Memilih lokasi atau lokasi sangatlah penting karena kesalahan apa pun dalam penelitian akan menyebabkan biaya yang lebih tinggi di kemudian hari. Pelanggan akan kurang tertarik untuk bekerja di perusahaan jika lokasinya tidak strategis.<sup>47</sup> Memilih situs yang ideal untuk bisnis Anda akan membantu Anda mengembangkan dan mempromosikan barang Anda.

---

<sup>46</sup> Kasmir, Pemasaran bank, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010), 136-137

<sup>47</sup> Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta : Rajawali Press, 2014), 239.

Lokasi Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep tidak bisa dipilih sembarangan; Namun ada beberapa hal yang perlu diperhatikan: visibilitas (area harus terlihat jelas), aksesibilitas (harus mudah menuju ke sana), dan eye-catching (indah). diamati).

Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep berupaya memberikan pelayanan pelanggan yang terbaik. Letaknya di Kabupaten Sumenep, Jawa Timur, di Jl. Trunojoyo No. 137, Karangrawa, Bangselok, Kec. Kota Sumenep, karena lokasinya yang strategis, dekat dengan keramaian, mudah dijangkau, berada di tengah-tengah Kota Sumenep. Lokasi saat ini diharapkan dapat meningkatkan minat klien untuk bekerja di kantor pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

### 3) *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah Strategi terbaik untuk menarik bisnis baru dan mempertahankan klien saat ini. Klien tidak seharusnya diantisipasi untuk mengenal bank tersebut tanpa iklan. Memberi tahu masyarakat tentang semua barang yang tersedia dan mencoba menarik klien baru adalah dua tujuan pemasaran bank. Selanjutnya, promosi berfungsi untuk mengingatkan nasabah tentang produk, membujuk mereka untuk melakukan pembelian, dan terakhir, meningkatkan reputasi bank di mata nasabahnya.<sup>48</sup>

BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep dalam melakukan promosi produk melalui beberapa cara diantaranya: menyebar brosur,

---

<sup>48</sup> Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 155-156.

memajang spanduk, berinteraksi dengan penonton, dan menggunakan media cetak dan sosial.

#### 4) *Process* (Proses)

Salah satu metode dan praktik yang digunakan untuk merancang dan memberikan layanan kepada klien disebut proses. Hal ini mencakup pilihan yang dibuat mengenai kebijaksanaan staf dan keterlibatan pelanggan dalam pengambilan kebijakan.

BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat sumenep dalam proses pencairannya untuk produk gadai emas relatif cepat dan mudah, sehingga nasabah tidak perlu menunggu terlalu lama.

### **B. STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*)**

#### 1) *Segmenting*

Proses menyatukan kelompok pelanggan dengan permintaan dan penggunaan produk yang serupa dikenal sebagai segmentasi. Untuk berbagi ide dengan klien dan benar-benar mempertimbangkan pengalaman mereka sebelumnya di industri ini, ada komunikasi. Survei bagian ini dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, kemudian dari hasil survey tersebut pihak BPRS menganalisis kembali persoalan yang terkait, sehingga menghasilkan sebuah tahap pembentukan seperti pembentukan berdasarkan geografis dan demografis, seperti:

##### a. Geografis

Pemisahan pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda dikenal sebagai segmentasi geografis. Kriteria geografis, seperti

daerah asal atau tempat tinggal yang menjadi sasaran BPRS Bhakti Sumekar, Kantor Pusat Sumenep—yang meliputi wilayah Kabupaten dan Kabupaten Sumenep—diperhitungkan dalam pengkategorian masyarakat. Di BPRS Bhakti Sumekar, Kantor Pusat Sumenep, segmentasinya lebih banyak terjadi pada masyarakat Kabupaten Sumenep, khususnya di perkotaan. Dengan demikian, berdasarkan barang yang ditawarkan, BPRS Kantor Pusat Bhakti Sumekar Sumenep memiliki pemahaman menyeluruh tentang cara pandang BPRS terhadap pasar.

Tujuan dari segmentasi ini adalah untuk menentukan jumlah total pasar yang berpotensi ditembus oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Di wilayah Kabupaten Sumenep sendiri merupakan segmentasi yang diperhatikan betul, mengingat di wilayah ini lebih mudah mengenal dan memahami keadaan nasabahnya ketimbang wilayah lain.

#### b. Demografis

Pada segmentasi demografis pengelompokan dilakukan berdasarkan Faktor-faktor yang dianggap penting antara lain usia, jenis kelamin, status perkawinan, siklus hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan dengan keadaan demografik hanya saja yang lebih dominan di BPRS Bhakti sumekar Kantor Pusat Sumenep yaitu dari segi agama, yaitu mayoritas agama islam.

## 2) Targeting

Praktek menilai kekuatan segmen pasar yang diciptakan oleh upaya segmentasi pasar dikenal sebagai penargetan. Mencari target pasar merupakan langkah kedua, dimana pihak pemasaran harus menentukan target pasar mana yang cocok untuk barang gadai emas tersebut. Berdasarkan cakupan pasar yang lengkap, BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep memilih target pasarnya. Beginilah cara bisnis melayani semua segmen pasar saat ini. Dimana target pasar harus sesuai dengan produk yang akan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep tawarkan seperti produk gadai emas.

## 3) Positioning

Positioning merupakan tindakan merancang barang gadai emas persepsi nasabah. Perubahan harus mempertimbangkan bagaimana produk akan berbeda dari pesaing dan bernilai di mata pelanggan sejak awal. Misalnya, strategi positioning berdasarkan manfaat produk, harga dan kualitas terbaik, penggunaan, pesaing, atau kategori produk dapat digunakan.

Keunggulan produk tersebut harus ditonjolkan oleh Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep gadai emas sehingga calon nasabah akan tertarik pada keunggulan yang didapat dibandingkan dengan prosuk yang sama dengan perusahaan lainnya. Keunggulan yang terdapat di produk gadai emas, yaitu:

- a. Biaya pemeliharannya lebih murah dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya.

- b. Biaya ujroh dihitung harian setiap per 4 bulan dan dibayar saat pelunasan, yaitu per 6 rupiah per 10 ribu, jadi per 1 jutanya yaitu sebesar 600 rupiah, apabila dilunasi dalam jangka waktu 10 hari atau 15 hari atau belum sampai 1 bulan maka itu perhitungannya tetap dianggap 10 hari atau 15 hari. Jadi, tidak dihitung 1 bulan, beda halnya dengan pegadai yaitu menggunakan hitungan per 2 minggu, apabila dilunasi dalam jangka waktu 7 hari atau lebih.
- c. Prosesnya cepat dan mudah sehingga tidak membuat nasabah menunggu terlalu lama
- d. Tidak dikenakan biaya administrasi hanya saja biaya untuk taksir emas saja, kecuali pinjaman di atas 5 juta maka dikenakan biaya materai saja
- e. Akad yang diterapkan harus dijelaskan kepada nasabah dengan jelas dan tanpa adanya pengurangan, serta penerimaan dan nilai pinjamannya juga harus menjelaskannya secara rinci.

## **2. Efektivitas Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Gadai Emas (Rahn) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

Efektivitas dan pencapaian tujuan dan sasaran kebijakan saling berhubungan. Hubungan antara produksi dan hasil yang diinginkan inilah yang menentukan efektivitas. Tercapainya suatu tujuan atau sasaran menunjukkan efektivitas upaya operasional.

Sejauh mana suatu bisnis memenuhi tujuan yang telah ditentukan dan disepakati merupakan ukuran kemanjuran strategi pemasaran. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pemasaran dikatakan efektif jika dilaksanakan



sesuai peruntukannya atau jika sasarannya pelanggan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan.

BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep menggunakan bauran pemasaran yang memasukkan strategi lokasi sebagai bagian dari strategi pemasarannya, penetapan harga, produk, dan pemasaran dalam urutan itu. Selain itu, menggunakan pendekatan pemasaran yang disebut STP (Segmenting, Targeting, Positioning). Hal ini telah meningkatkan minat klien melalui penerapan rencana pemasaran yang efektif. Maraknya nasabah gadai emas di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep menjadi salah satu buktinya.

Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pendekatan pemasaran yang dilakukan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep berhasil meningkatkan minat konsumen. Pertumbuhan pelanggan selama periode sembilan bulan pada tahun 2023 menjadi buktinya. Jumlah klien tumbuh pada tingkat yang relatif lebih cepat setiap bulannya. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat awalnya tidak tertarik dengan barang yang ditawarkan oleh Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

Selain strategi pemasaran yang dilakukan, musim registrasi ulang siswa sekolah menjadi salah satu penyebab utama meningkatnya jumlah nasabah BPRS. Pasalnya, banyak ibu-ibu yang membutuhkan akses dana cepat untuk melakukan pendaftaran ulang bagi mereka yang memiliki anak kecil. Mereka memutuskan untuk menggadaikan asetnya untuk membiayai sekolah. Pada musim Idul Fitri, terjadi penambahan jumlah pengunjung. Masyarakat

yang mudik lebaran memilih menggadaikan hartanya demi mendapat jaminan atas barang yang ditinggalkannya. Praktek ini menjadi lebih umum.