

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Strategi pemasaran sangat dibutuhkan untuk menjalankan suatu produk di perusahaan lebih tepatnya jika di pegadaian syariah, strategi pemasaran ialah suatu rencana perusahaan agar bisa memikat atau memperkenalkan suatu produk seluas mungkin agar mencapai target setiap penjualan dan pemasaran kepada konsumen. Hal ini tertuju pada suatu serangkaian pemasaran oleh pegadaian syariah agar meningkatnya strategi pemasaran dalam bidang produk, harga, distribusi dan promosi.

Strategi pemasaran juga dapat mempengaruhi sebuah pola pikir yang dimana untuk mengembangkan suatu instansi bisnis atau perusahaan untuk menarik minat konsumen yakni konsumen harus meliputi beberapa unsur pemasaran seperti segmentasi, bauran marketing, posisi sasaran suatu bauran penjualan, serta besarnya semacam pengeluaran penjualan.¹

Keberadaan suatu badan usaha pegadaian pada masyarakat menjadi suatu wadah bagi masyarakat untuk keluar dari masalah perekonomian karena pada dasarnya pegadaian memiliki fungsi untuk menghindari segala macam peminjaman seperti kepada rentenir atau pihak lain yang memberikan sebuah pinjaman yang tidak wajar dengan bunga yang begitu tinggi dan sangat merugikan rakyat yang kekurangan. dan pegadaian merupakan sebuah instansi alternatif

¹Maliah, “*Strategi Pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan logam mulia pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Palembang,*” volume 14, No.2 Juli 2017:758

pendanaan dan penabungan yang tidak begitu ribet dikarenakan tidak membutuhkan proses yang ribet dan persyaratan yang begitu rumit.

Kehadiran pegadaian juga diharapkan mampu menjadi wadah yang mampu mendorong suatu peminjaman yang tidak wajar dan sangat merugikan masyarakat. Sesuai berjalannya masa pegadaian dalam memberikan layanan pinjaman bagi masyarakat tidak hanya melayani lewat kredit gadai akan tetapi bisa lewat jasa lain seperti kredit berbasis fidusia, pembiayaan investasi emas, tabungan emas, dan jasa finansial lainnya. Dalam mempengaruhi calon nasabah dengan informasi yang melibatkan faktor-faktor internal melalui sikap dan sifat serta keunggulan bersaing melewati perbaikan produk dan sumber daya manusia, sedangkan faktor eksternal meliputi kebudayaan, lingkungan, keuangan, perkembangan teknologi, dan mempertimbangkan keuntungan apa yang didapatkan oleh nasabah atau masyarakat.²

Tujuan usaha pegadaian juga sebagai bentuk mengatasi apabila masyarakat yang sedang butuh uang agar masyarakat tidak jatuh kepada rentenir yang bunganya relatif tinggi. Pegadaian juga melayani peminjaman uang dengan jaiman barang berharga atau pribadi. Peminjaman uang kepada pegadaian dengan prosedur yang mudah dan cepat cair juga karena biaya yang ditanggung lebih ringan jika dibandingkan dengan rentenir atau semacamnya. Tidak hanya mendirikan outlet pegadaian diseluruh Indonesia saja bahkan pegadaian melakukan penggebrakan inovasi yang inovatif pada produk-produknya. Bahkan awal berdirinya pegadaian pada tahun 1746 produk utamanya ialah penyaluran

²Syaribulan, "Bauran Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Tabungan TAMPAN, Bank Sulselbar," Volume 5 No.1

kredit dengan sistem gadai, karena cerita dibalik berdirinya pegadaian hanya untuk memenuhi kebutuhan dana sampai skala tahun berjalan. Pegadaian juga melakukan sedikit inovasi yang disertai dengan status Pegadaian syariah yang dimana menjadi lembaga keuangan syariah yang menjual produk syariah untuk mampu menjalankan pemasaran syariah dalam memasarkan produknya.³

Jenis produk yang diliputi seperti disukai oleh nasabah, perhitungan banyaknya produk dibutuhkan, dan bagaimana memasarkan produk kepada nasabah sehingga nasabah tertarik dalam harga yang ditetapkan terhadap produk yang cocok dengan kondisi nasabahnya bagaimana cara memasarkan untuk minat produk tersebut kepada nasabah serta mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh suatu instansi dan pesaingnya. Maka setiap instansi wajib menentukan apa yang paling logika dalam posisi serta tujuan, peluang dan sumber daya perusahaan.⁴ Program-program meliputi pemasaran yang mempengaruhi permintaan produk diantaranya yaitu dalam hal perubahan harga, pemasaran iklan, melakukan promosi, lalu menentukan jalannya distribusi.⁵

Strategi islam juga bisa disebut puncak dari marketing itu sendiri, dimana sebagai jiwa dalam bisnis itu bisa disebut juga sebagai spiritual marketing. Seperti layaknya pelita yang menerangi lingkungan dan memancarkan cahaya kebenaran, meluruskan praktek pemasaran menyimpang dan kecurangan yang terjadi pada iklan palsu, penipuan. Maka direncanakan bahwa pemasaran dititik beratkan

³Zulkifli Rusby, "Analisis Pemasaran Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Akhmad Yani Pekan Baru," Volume 12 No.2 Oktober 2015

⁴Plihip Kotler, "Prinsip-Prinsip Pemasaran". (Penerbit Erlangga Jakarta : 13740) Hal.276

⁵Dimas handika wibowo, Zainul Arifin, Sunarti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya saing UMKM (Studi Pada Batik dijeng Solo)" Volume.29 No.01 Desember 2015

kepada pasar dan perkembangannya serta program pemasarannya yang dirincikan dengan baik sehingga strategi pemasaran dapat direalisasikan yang jelas dan terarah seperti apa yang dilakukan disetiap kesempatan serta peluang sasaran pasar.⁶

Adapula kegiatan segmentasi pasar yang dirancang untuk mendesain yang responsif pada kebutuhan pasar untuk menemukan peluang dan merumuskan pesan komunikasi, melayani dengan efisien dan menjaga sikap lalu menciptakan peluang yang unggul bersaing menganalisis perilaku nasabah.⁷ Dalam menganalisa suatu pakar ahli ekonomi juga tidak memikirkan suatu tempat terjadinya akses jual beli tetapi dengan melihat secara konseptual maka selalu dibayangkan bahwa pasar itu ialah pertemuan antara kurva permintaan dan kurva penawaran. Berkembangnya pasar selalu cenderung bertujuan satu titik equilibrium pasar sehingga pihak-pihak memiliki kecenderungan untuk menyesuaikan diri dan tercapainya titik equilibrium yang diwakili dengan tingkat harga equilibriumnya.⁸

Produk lembaga keuangan yaitu tabungan akan tetapi tabungan yang ada di pegadaian bukan berbentuk uang melainkan berbentuk tabungan emas. Menabung memang sama-sama menyimpan uang untuk masa depan yang akan datang. Akan tetapi seperti di Indonesia rasa hati-hati sangat diutamakan untuk menentukan memilih investasi untuk kita sendiri tidak sanggup mengalahkan laju inflasinya secara konsisten maka daya beli yang kita simpan itu akan menguap tanpa kita menikmatinya. Tabungan juga merupakan jenis simpanan yang dikenal

⁶R. Ajeng Entareamen, "*Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Tabungan IB Hasabah di PT. Bank Negara Indonesia Cabang X*," Volume 9, No.1 Tahun 2016

⁷Iwan Purwanto, "*Manajemen Strategi*", (Bandung: Yrama Widya, 2006) Hal 151-153

⁸Dyah Sawitri, "*Ekonomi Mikro*," (Yogyakarta: Grafika ilmu, 2014) 51-53

oleh masyarakat sejak sekolah dasar anak-anak sekolah sudah mengenal betul dengan simpanan atau tabungan masih bersifat menabung disekolah. Dan secara tidak langsung lingkungan sekolah mengenalkan langsung atau mengajarkan anak-anak dari usia dini untuk berhemat dengan menabung meskipun itu bersifat bukan seperti tabungan layaknya yang diterapkan oleh bank atau lembaga keuangan lainnya akan tetapi istilah tabungan sudah diperkenalkan sedari kita kecil.

Tabungan emas yakni sebagai layanan dan penjualan emas dengan melalui penitipan dengan harga yang mudah dijangkau layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk investasi emas dengan harga yang relative tinggi bagi masyarakat menengah kebawah dan harga tersebut tidak bisa memiliki emas dan adanya produk tabungan emas yang dipegadaian dengan harga terjangkau murah, prosesnya cepat, serta pelayanan profesional maka masyarakat dapat memiliki emas dengan menggunakan produk tabungan emas, namun emas merupakan salah satu perbandingan kekayaan seseorang yang mempunyai emas tersebut. Dan harga emas tersebut setiap tahun mengalami kurva kenaikan yang relatif menguntungkan jika dijual serta mengalami kenaikan dan emas juga menjadi sarana investasi yang aman. Kesadaran pola pikir masyarakat Indonesia dengan ivestasi emas akhi-akhir ini patut diperhitungkan, karena sudah banyak dari masyarakat pentingnya menabung emas yang dapat menguntungkan. Umumnya emas yang beredar dinegara kita ini yaitu emas logam mulia, salah satu instrumen investasi yang liquid, yang sewaktu-waktu akan dibutuhkan dapat dijual kembali atau digadaikan di pegadaian syariah.

Salah satu strategi pemasaran yang sering dilakukan perusahaan yaitu dengan cara penyebaran pemasaran itu sendiri. Suatu produk juga tidak akan dibeli dan dikenal jika konsumen atau nasabahnya tidak memenuhi manfaatnya, keunggulan dimana produk didapatkan seberapa harganya, dan yang paling utama yaitu adalah bagaimana manajemen kantor cabang pegadaian syariah preduan terus melakukan berbagai upaya yang dimana memberikan kepuasan tersendiri bahkan mempertahankan nasabahnya dengan berbagai cara dikarenakan persaingan antara badan usaha yang semakin ketat antara lembaga keuangan dan berakibat berpindahanya nasabah ke lembaga keuangan yang lain lebih menguntungkan dan pelayanan yang memuaskan.

Pada awalnya menurut salah satu karyawan kantor cabang pegadaian syariah preduan yang bertugas di customer service yaitu Kak Arfan, beliau mengungkapkan pada dasarnya produk ini tidak begitu banyak peminatnya namun seiring berjalannya waktu dikarenakan strategi memasarkan dijalankan di Desa Preduan dimana minat masyarakat Preduan yang begitu banyak yang berinvestasi di emas dikarenakan setiap tahunnya tahap penjualan emas ini semakin lama bertambah mahal, setelah masyarakat tahu bahwa di kantor cabang pegadaian syaraih preduan ada produk yang begitu mudah dalam berinvestasi dengan emas yakni tabungan emas itu sendiri maka berjalannya waktu minat nasabah dari tabungan ini mulai bertambah dan produk ini adalah salah satu produk yang bayak peminat juga.⁹ Produk ini juga menjadi harapan dapat mempermudah kebutuhan dari setiap anggotanya dan akan menggunakan serta

⁹ Wawancara sementara kepada salah satu karyawan kantor cabang pegadaian syariah preduan yang bertugas dicustomer service Kak Arfan, pada tanggal 18 oktober pukul 12.45 WIB

menabung di produk tabungan emas ini, dan dalam produk ini ternyata peminat yang relatif banyak dan tidak memandang bisa siapa saja yang mau berinvestasi di produk tersebut meskipun masih belum punya pekerjaan dan bermacam kalangan seperti mahasiswa atau pelajar intinya punya identitas seperti kartu tanda penduduk (KTP) dan produk tabungan emas ini banyak nasabah yang diminati oleh nasabah. Dan kelebihan dalam produk ini yang mudah dan cepat pencairannya, negosiasi emas yang terjangkau juga lebih aman serta kemudahan bertransaksi juga bebas pajak dan peraturan.

Jadi peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang bagaimana faktor-faktor yang meningkatkan pertumbuhan pengguna dalam produk tabungan emas ini agar seseorang bisa untuk menabung sehingga nasabah dapat atau bergabung ikut berwenang untuk menabung di produk tabungan emas ini dan yang kedua peneliti berkeinginan paham betul tentang pengelolaan tabungan emas dan semangat kerja karyawan dalam memasarkan produk tabungan emas karena karyawan juga mempunyai peranan penting dan pengaruh besar terhadap keberhasilan perusahaan dan majunya perusahaan tergantung karyawanyang mengolahnya, inilah yang melatar belakangi peniliti ingin melakukan penelitian tentang produk tabungan emas pada kantor cabang pegadaian syariah preduan karena banyaknya peminat dari produk tabungan emas ini dan strategi pemasarannya sangat mudah.

Dari paparan diatas maka dalam kesempatan ini, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh kantor cabang pegadaian syariah preduan dalam melakukan peningkatan jumlah

nasabah sehingga penulis tertarik mengambil judul “**Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Prenduan**”.¹⁰

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan kantor cabang Pegadaian Syariah Prenduan dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan emas?
2. Faktor apa saja yang menjadi daya tarik nasabah untuk minat menabung tabungan emas Di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Prenduan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan kantor cabang pegadaian syariah prenduan dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan emas.
2. Untuk menganalisis faktor apa saja yang menjadi daya tarik nasabah untuk minat menabung tabungan emas di kantor cabang pegadaian syariah prenduan.

¹⁰Hasil Diperoleh dari membaca skripsi Yustina Ningsih Lulusan tahun 2019.

D. Kegunaan Penelitian

Diharapkan dalam penelitian ini penulis bisa memberikan manfaat juga pengetahuan yang lebih luas dan berguna

1. Bagi Peneliti

Peneliti berharap bisa mengimplementasikan hasil ilmu pengetahuan yang di peroleh di kelas, dan untuk menambah pengetahuan tentang yang berkenaan dengan analisis strategi pemasaran produk tabungan emas.

2. Bagi akademik IAIN Madura

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai bahan refrensi bagi penelitian yang agar dapat menyempurnakan penelitian selanjutnya

3. Bagi mahasiswa Perbankan Syariah

Semoga dapat berguna sebagai bahan bacaan yang dapat memperluas wawasan pemikiran lebih khususnya dalam ekonomi islam.

4. Bagi Kantor cabang pegadaian Syariah Prenduan

Diharapkan adanya penelitian ini dapat menjadi dampak positif dan dijadikan sarana informasi sehingga dapat memajukan dan membantu perusahaan.

E. Definisi Istilah

Sebagai batasan sebuah judul penelitian agar tidak terjadi suatu kesalah pahaman bagi para pembaca, maka peneliti perlu menjelaskan makna atau istilah-istilah yang berkaitan dari judul penelitian, yakni yang berjudul

“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Prenduan.”

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu analisa pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam penentuan pasar bagi produk maupun unit bisnis yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen pasar sasaran¹¹

2. Produk

Produk ialah hal atau barang yang dikeluarkan oleh suatu unit bisnis atau suatu perusahaan yang dipasarkan untuk suatu berbagai kebutuhan sumber daya manusia.¹²

3. Tabungan Emas

Tabungan emas adalah layanan penjualan dan pembelian emas dengan melalui fasilitas titipan. Yang dimana memungkinkan bagi nasabah untuk melakukan investasi emas secara mudah murah dan aman¹³

4. Kantor cabang Pegadaian Syariah Prenduan

Kantor cabang pegadaian syariah prenduan ialah perusahaan yang bergerak pada bidang investasi emas dan sebagainya serta melakukan simpan pinjam dan gadai. Sebelum tahun 2019 kantor cabang pegadaian syariah ini masih berstatus konvensional lalu sejak tahun 2019 dikonversi menjadi

¹¹Iwan Purwanto, S.E., M.Pd. “*Manajemen Strategi*” (Bandung:Yrama Widya, 2006.) Hal 151

¹²Kasmir, SE., MM “Pemasaran Bank” (Jakarta: Kencana, 2010) Hal 123

¹³<https://www.pegadaian.co.id/produk/gadai-tabungan-emas> Minggu 11 September 2022 12:00

kantor cabang Pegadaian Syariah dan berlokasi di Jl. Raya Prenduan No. 22, Pesisir Prenduan Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep.¹⁴

5. Meningkatkan

Meningkatkan ialah suatu proses, cara atau perbuatan untuk memaksimalkan usaha menjadi lebih baik lagi

6. Jumlah

Jumlah adalah banyaknya atau tentang bilangan dan sesuatu yang dikumpulkan menjadi satu

7. Nasabah

Nasabah bisa disebut juga sebagai customer yaitu individu yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan Perbankan.

Berdasarkan definisi istilah diatas, maka maksud dari peneliti dengan judul penelitian “Strategi Pemasaran produk tabungan emas kantor cabang Pegadaian Syariah Prenduan dalam meningkatkan jumlah nasabah” ialah penelitian tentang prosedur yang dijalankan oleh kantor cabang pegadaian syariah prenduan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya.¹⁵

¹⁴https://sg.docworkspace.com/d/slHux_4Uoher1mAY Minggu 11 Sepetmber 2022 12:09 Wib

¹⁵Mislah Hayati Nasution, Sutisna. 2015. Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap internet banking. Jurnal nisbah. Volume 1 Nomor 1, hlm 65

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Skripsi yang ditulis oleh Agus Salim, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makasar prodi Manajemen dengan judul "*Strategi Produk Tabungan Emas Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pangkep*". Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian lapangan (*field research*). Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penelitian tersebut memiliki persamaan pada topik pembahasan yaitu strategi pemasaran Produk Tabungan Emas. Sedangkan pada perbedaannya terletak dari lokasi objek penelitiannya.
2. Skripsi yang ditulis oleh Putri Yani, mahasiswa IAIN BENGKULU prodi Perbankan Syariah dengan judul "*Pengaruh Produk Tabungan Emas, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Bengkulu*". Jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian dilakukan secara mengangkat data dilapangan. Sumber data yang digunakan adalah metode kuisioner dan kepustakaan. Penelitian tersebut memiliki persamaan pada produknya yaitu Tabungan Emas dan Objeknya. Sedangkan pebedaannya terletak pada jenis penelitiannya yaitu penelitian Kuantitatif.

3. Skripsi yang ditulis oleh Sarini S., Mahasiswi UIN Ar-Raniry Banda Aceh prodi Perbankan syariah dengan judul *“Strategi Marketing Dalam meningkatkan Produk Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Aceh”* Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Sumber data digunakan adalah data primer dan skuder. Penelitian tersebut memiliki persamaan pada topik pembahasan yaitu strategi marketing dan Produknya. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi Objek Penelitiannya.
4. Skripsi yang ditulis oleh Yustina Ningsih, Mahasiswi IAIN MADURA prodi Perbankan Syariah dengan judul *“Strategi Pemasaran produk tabungan emas PT. Pegadaian Syariah cabang Pamekasan dalam meningkatkan jumlah nasabah”*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan(*Field Research*) sumber data yang digunakan adalah data primer dan skunder . Penelitian tersebut memiliki persamaan pada topik pembahasan yaitu strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah dan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.
5. Skripsi yang ditulis oleh Zahrotul Jamilah, Mahasiswi IAIN MADURA prodi Perbankan Syariah dengan judul *“Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Syariah Cabang Prenduan Sumenep”*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) sedangkan sumber data yang digunakan adalah data primer dan skunder. Penelitian

tersebut memiliki persamaan pada produk dan juga objek penelitiannya dan Perbedaannya terletak pada Pembahasannya.

Tabel 1.1

Perbedaan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Sekarang

No.	Judul Karya Ilmiah	Persamaan	Perbedaan
1.	Agus Salim, Strategi Produk Tabungan Emas Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pangkep	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian lapangan (<i>field research</i>). Sumber data yang sama digunakan adalah data <i>primer</i> dan <i>sekunder</i> , Metode yang digunakan metode kualitatif, dan persamaan pada topik pembahasan yaitu strategi pemasaran Produk Tabungan Emas	Perbedaannya terletak pada lokasi objek penelitiannya yaitu di Pangkep Makassar, sedangkan punya saya di cabang Prenduan Sumenep Madura
2.	Putri Yani, Pengaruh Produk Tabungan Emas, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Bengkulu	Jenis penelitian yang digunakan sama adalah penelitian lapangan (<i>field research</i>). Dan sama membahas tentang produk tabungan emas dan sama di pegadaian	Perbedaannya teletak pada metode penelitian yang kuantitatif dan memakai data kuisoner dan kepustakaan serta lokasi objeknya di Bengkulu, sedangkan punya saya di cabang Prenduan Sumenep Madura
3.	Sarini S, Strategi Marketing Dalam meningkatkan Produk Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Aceh	memiliki persamaan pada topik pembahasan yaitu strategi marketing dan Produknya dan memakai metode kualitatif serta memakai penelitian (<i>field</i>	Perbedaan terletak pada lokasi objek penelitiannya di pegadaian cabang Aceh sedangkan punya saya di

		<i>research</i>) data primer dan data skunder	cabang Preduan Sumenep Madura
4.	Yustina Ningsih, Strategi Pemasaran produk tabungan emas PT. Pegadaian Syariah cabang Pamekasan dalam meningkatkan jumlah nasabah	Jenis penelitian yang sama digunakan adalah penelitian lapangan(<i>Field research</i>). Serta Sumber data digunakanpun sama adalah data primer dan skuder. memiliki persamaan pada topik pembahasan yaitu strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah dan metode yang sama yakni metode kualitatif	Perbedaanya terletak pada lokasi penelitiannya di PT. Pegadaian cabang Pamekasan, sedangkan punya saya di cabang Preduan Sumenep Madura
5.	Zahrotul Jamilah, Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Syariah Cabang Preduan Sumenep	Jenis penelitian yang sama digunakan adalah penelitian lapangan(<i>Field research</i>). Dan Sumber data yang sama digunakan adalah data primer dan skuder serta memiliki persamaan pada produk dan juga objek penelitiannya	Terletak pada metode yang digunakan metode kuantitatif serta metode yang saya gunakan metode kualitatif