



Untuk jenis kelamin tidak ada persyaratan, sedangkan dari segi pendapatan, produk tabungan emas diterbitkan bagi semua masyarakat yang memiliki dana terbatas tetapi memiliki minat untuk berinvestasi emas.

Namun ada kelemahan dalam data ini karena pihak Pegadaian Syariah tidak memiliki data khusus jumlah nasabah tabungan emas terkait usia, jenis kelamin dan juga pendapatan.

Sebelumnya Pegadaian Syariah menerbitkan produk MULIA, produk ini memberikan fasilitas untuk memiliki logam mulia dengan cara mengangsur sesuai jangka waktu yang dikehendaki. Namun produk ini tidak diminati oleh masyarakat menengah kebawah karena biaya angsuran perbulannya yang begitu mahal sehingga saat ini Pegadaian Syariah menerbitkan produk tabungan emas khusus untuk kalangan masyarakat menengah kebawah yang kurang mampu jika harus membayar angsuran perbulan dalam produk MULIA atau kalangan masyarakat yang memiliki dana terbatas namun menginginkan untuk berinvestasi emas.

Dengan menggunakan model segmentasi diatas, Pegadaian Syariah Cabang Blauran bisa dengan baik melakukan segmentasi pasar, karena segmentasi yang telah dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya sudah baik.

Langkah berikutnya Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya melakukan *targeting* atau membidik target pasar yang telah dipilih dalam analisa segmentasi pasar.

Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan.

Dalam membidik segmentasi pasar, produk tabungan emas dibekali beberapa fasilitas yang diberikan kepada calon nasabah agar tertarik menggunakan tabungan emas yang ada di Pegadaian Syariah karena fasilitas yang ditawarkan oleh pihak Pegadaian syariah lebih unggul/belum ada pada lembaga keuangan lainnya.

Dalam menentukan pasar sasarannya, target pasar yang dibidik oleh Pegadaian Syariah adalah sekolah-sekolah yang tersebar diberbagai penjuru kota. Pihak Pegadaian mendatangi sekolah untuk memberikan sosialisasi atau mengadakan even lomba mewarnai antar sekolah. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan produk tabungan emas agar mereka mengenal dan tertarik menggunakan tabungan emas. Selain itu yang menjadi target pasarnya juga adalah kalangan masyarakat menengah kebawah. Pihak Pegadaian menyebarkan brosur-brosur dan mengadakan *event-event* dikalangan masyarakat menengah kebawah.

Ketika target pasar sudah jelas, *Positioning* adalah bagaimana Pegadaian Syariah memposisikan produk kedalam benak konsumen. Dalam *positioning* berdasarkan atribut, salah satu ciri-cirinya adalah keunikan, artinya atribut tersebut dikemas secara lebih jelas oleh perusahaan dibandingkan pesaingnya.

Dari penjelasan diatas, dapat dimengerti bahwa suatu produk yang ditawarkan ke pasar harus memiliki keunikan/ciri khas yang membedakannya dengan produk dari perusahaan lainnya. Karena keunikan tersebut akan menjadi senjata utama perusahaan dalam persaingan pasar dengan perusahaan lain sehingga produk yang ditawarkan menjadi produk unggulan dalam pasar.

Melihat hal itu, Pegadaian Syariah Cabang Blauran menyediakan berbagai fasilitas diantaranya masyarakat dapat berinvestasi emas dengan lebih fleksibel yakni dengan dana minimal 5000 rupiah telah bisa berinvestasi emas seberat 0,01 gram. Selain itu saldo tabungan emas dikonversikan dalam bentuk emas karena nasabah yang menabung tabungan emas sama saja dengan membeli emas. Jika Suatu saat nasabah ingin mencairkan tabungan emas, tabungan tersebut dapat ditarik dalam bentuk emas dan dapat juga berupa uang, sesuai dengan keinginan nasabah. Selain itu, nasabah dapat melakukan tranfer saldo tabungan emas antar nasabah tabungan emas yang lainnya. Hal inilah yang menjadi keunikan produk tabungan emas yang dapat menarik minat masyarakat.

Pegadaian Syariaah menerbitkan tabungan emas bukan semata bertujuan untuk memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya, melainkan juga lewat tabungan emas, Pegadaian Syariah ingin mengajak anak-anak sejak usia dini juga masyarakat untuk berinvestasi emas dan juga berharap untuk menggugah masyarakat membangun budaya hemat serta budaya investasi untuk masa depan yang lebih baik, karena emas merupakan salah satu investasi sebagai alat hedging (lindung nilai) sekaligus instrumen investasi jangka panjang karena harga emas yang relatif stabil dalam jangka pendek namun bisa mengalami kenaikan signifikan dalam jangka panjang mengikuti atau melebihi tingkat inflasi.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Abdul Rahman Shaleh dan Abdul Wahab bahwa minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang atau tidak, juga menurut Sumadi Suryabrata definisi

minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh, maka untuk mengetahui minat nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran, penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai 10 informan dengan profesi yang berbeda-beda, yang semuanya adalah nasabah Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya. Dari hasil wawancara didapatkan informasi mengenai minat nasabah terhadap produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

Dari hasil wawancara tersebut, diperoleh informasi mengenai minat nasabah terhadap produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya, yaitu tentang alasan nasabah yang melatarbelakangi mengapa memilih tabungan emas sebagai jenis investasi di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan akan minat masyarakat untuk melakukan investasi emas dalam produk tabungan emas adalah saldo tabungan yang dikonversikan dalam bentuk emas, hal ini telah menjadi salah satu keunikan tersendiri bagi Pegadaian Syariah karena hampir belum ada lembaga keuangan yang memiliki produk tabungan yang dikonversikan dalam bentuk emas. Selain itu di benak masyarakat, emas merupakan jenis investasi yang sangat aman dan juga menguntungkan karena nilainya yang tidak tergerus oleh inflasi. Faktor lainnya yaitu menurut masyarakat tabungan emas itu dananya lebih fleksibel juga ringan, bagi masyarakat menengah ke bawah yang menginginkan investasi emas namun memiliki dana terbatas, tabungan emas merupakan solusi bagi mereka. Karena dengan dan 5000 sudah bisa menabung

yang akan dikonversikan dalam emas seberat 0,01 gram. Namun perharinya selalu berubah-ubah mengikuti harga logam mulia. Sebagai contoh harga emas per tanggal 20 Oktober 2016 Rp. 5.753,00 per 0,01 gramnya, jadi minimal untuk menabung sesuai dengan harga emas per 0,01 gram.

Melihat dari hasil wawancara tersebut telah mengemukakan bahwa keunikan produk tabungan emas yang telah didesain sesuai sasaran target telah menjadi daya tarik tersendiri di benak masyarakat dan itu juga merupakan upaya Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya dalam menarik minat nasabah produk tabungan emas.

Dalam memasarkan produknya, Pegadaian Syariah sudah melakukan segmentasi pasar yang baik. Jika melihat persaingan yang ketat antar lembaga keuangan lainnya, namun Pegadaian Syariah Cabang Blauran telah mampu meraup nasabah melebihi jumlah target yang telah ditentukan.

Produk ini diterapkan di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya beserta unit-unitnya pada awal bulan Maret 2016. PT Pegadaian menargetkan jumlah nasabah tabungan emas mencapai 500 nasabah dalam 1 tahun. Dan untuk keseluruhan Cabang Blauran beserta unit-unitnya PT Pegadaian menargetkan hingga 1.500 dalam setahun. Tetapi belum sampai jangka satu tahun pihak Pegadaian Syariah Cabang Blauran telah melebihi nominal target yang telah ditentukan. Seperti dalam tabel tersebut hingga bulan Desember jumlah nasabah tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran telah mencapai 756 nasabah. Hal ini merupakan langkah awal yang baik bagi pihak Pegadaian Cabang Blauran karena minat masyarakat yang tinggi terhadap produk tabungan

emas. Dari data tabel jumlah nasabah produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran segmentasi pasar tentu memiliki peranan penting dalam upaya menarik minat masyarakat karena produk tabungan emas ini merupakan solusi bagi kalangan masyarakat yang ingin berinvestasi emas dengan dana yang terbatas atau lebih fleksibel.

## **B. Kendala-kendala Pegadaian Syariah dalam menerapkan Segmentasi Pasar**

### **1. Target Pasar Kurang Efektif**

Sasaran konsumen produk tabungan emas yang di Pegadaian Syariah ada dua yaitu kalangan pelajar dan kalangan masyarakat menengah ke bawah. Karena tabungan emas ini didesain bagi masyarakat yang kurang mampu namun menginginkan untuk berinvestasi emas. Namun, dari hasil penelitian dengan mewawancarai 10 informan, sebagian besar berprofesi sebagai pekerja atau karyawan. Dapat disimpulkan bahwa target pasar yang aktif hanyalah masyarakat menengah kebawah. Sedangkan untuk segmen pelajar dapat dikatakan pasif, tetapi tidak sepenuhnya. Hal ini juga di benarkan oleh pihak pegadaian bahwa sebagian besar nasabah tabungan emas ini adalah nasabah produk *rahn*/gadai syariah. Karena pihak Pegadaian lebih sering menawarkan produk tabungan emas disaat melakukan transaksi produk *rahn*. Sedangkan dalam produk *rahn* itu sendiri disyaratkan harus memiliki ktp. Hanya produk tabungan emas yang menyediakan fasilitas untuk kalangan pelajar di bawah umur yaitu menggunakan akta.

