

## ABSTRAK

Skripsi ini adalah hasil penelitian yang berjudul “**Strategi Pemasaran Produk Gadai (*Ar-rah*n) Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya**”. Penelitian ini merupakan hasil penelitian yang bertujuan menjawab pertanyaan: Bagaimana Strategi pemasaran produk gadai (*Ar-rah*n) dan implementasinya dalam menarik minat nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya dan Bagaimana Analisis Strategi Pemasaran produk gadai *Ar-rah*n di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif dengan pola pikir induktif. Data penelitian ini terhimpun dari wawancara secara langsung dengan nasabah, karyawan dan Manager Pegadaian syariah Cabang Blauran Surabaya yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya dengan menggunakan strategi 4p: *price*, *promotion*, *place*, dan *product* (*marketing mix*) pemasaran tersebut sudah diatur dalam Pedoman Operasional Gadai Syariah yang berlaku secara umum. Strategi dalam bidang *Produk* dengan membuat solusi pendanaan yang cepat, praktis, aman dan sesuai syariah. *Price* dengan memberikan bonus dan free biaya administrasi sehingga bisa lebih banyak menarik minat nasabah. *Place*, mendirikan kantor pusat, kantor cabang, dan di tempat yang strategis guna mempermudah para nasabah untuk memperoleh manfaat dari perusahaan tersebut. *Promotion*, melalui media seperti brosur, pamflet, penjualan pribadi (*Personal Selling*) dan *referral*. Implementasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Surabaya ini ternyata mampu mempengaruhi perkembangan jumlah nasabah, terbukti dengan pencapaian target dan peningkatan omset serta kenaikan jumlah nasabah dari tahun ke tahun yang diperoleh Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya, dari sejak berdirinya Pegadaian Syariah di Surabaya hingga saat ini sudah memiliki 12 Unit pegadaian cabang.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya, ada beberapa saran atau masukan yaitu Pegadaian syariah harus lebih aktif lagi dalam meningkatkan inovasi dalam kegiatan pemasaran, baik dalam bidang promosi dan sosialisasi para karyawan kepada masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah, keadaan mungkin akan lebih baik apabila dalam pemasaran pegadaian memperbanyak strategi pemasaran melalui media promosi yang belum dilakukan, seperti melalui media online/internet, radio, dan iklan di sosial media dan koran-koran nasional. Serta pegadaian syariah juga hendaknya mendengarkan masukan serta kritikan yang diberikan oleh nasabah untuk mengetahui seberapa efektif keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan, guna untuk mengatasi berbagai kendala yang akan dihadapi dalam melakukan kegiatan promosi dan sosialisasi di masa yang akan datang, juga untuk peneliti selanjutnya dapat memperdalam proses strategi promosi (*referral*) yang relatif baru dimunculkan.