



Konsumen cukup membawa barang-barang berharga milik pribadi, saat itu juga konsumen akan mendapatkan dana yang dibutuhkan dengan jangka waktu hingga 120 hari dan dapat dilunasi sewaktu-waktu. Jika masa jatuh tempo tiba dan konsumen masih memerlukan dana pinjaman tersebut, maka pinjaman dapat diperpanjang hanya dengan membayar sewa simpan dan pemeliharaan serta biaya administrasi. Dikatakan aman, karena sumber dana Pegadaian Syariah berasal dari sumber yang sesuai dengan syariah, proses gadai berlandaskan prinsip syariah, serta didukung oleh petugas-petugas dan outlet dengan nuansa Islami sehingga lebih syar'i dan menetralkan dan nasabah sudah bisa mendapatkan dana yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhannya baik yang produktif maupun konsumtif.

Dalam menyusun strategi pemasaran produk gadai syariah (*Ar-rahn*), dengan mengenalkan produk gadai kepada calon nasabah guna memberikan pelayanan sebaik-baiknya. Hal ini dilakukan guna menentukan segmen pasar yang akan dituju, tahap selanjutnya pegadaian syariah memilih pasar sasaran yang ingin dipenuhi kebutuhannya, pemilihan pasar sasaran produk gadai (*Ar-rahn*) nasabah yang potensial, diantaranya adalah nasabah yang memerlukan dana cepat yang bisa langsung dicairkan untuk keperluan pendidikan, perdagangan, kesehatan, perumahan, dan konsumsi.

Untuk mencapai sasaran yang sudah ditentukan, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya ada empat dalam bauran pemasaran, yaitu:

## 1. Strategi dalam Bidang Produk Gadai (*Ar-Rahn*)

*Ar-rah*n merupakan produk yang paling diminati oleh nasabah. *Ar-Rahn* adalah produk jasa gadai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, dimana nasabah hanya akan dipungut biaya administrasi dan *ijarah* (biaya jasa penyimpanan dan pemeliharaan barang jaminan). Pegadaian syariah menjawab kebutuhan para nasabah dalam transaksi gadai syariah, untuk solusi pendanaan yang cepat, praktis, dan aman. Hanya dalam waktu 15 menit dana nasabah akan segera terpenuhi. Tidak perlu prosedur yang memberatkan. Apabila sudah jatuh tempo, tetapi nasabah belum bisa melunasinya, maka bisa diperpanjang dan hanya membayar *ijarah* dan administrasi. Dari hasil wawancara dengan Bapak Agung, beliau mengatakan bahwa persyaratan di Pegadaian Cabang Blauran ini tidak ribet dan prosesnya juga cepat, tanpa harus menunggu lama bisa mendapatkan langsung uang tunai. Sesuai dengan teori produk untuk jasa yaitu memberikan nilai tambah berupa pelayanan, Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya memberikan pelayanan berupa proses pencairan dana yang cepat, serta praktis dalam hal pengajuan pinjaman, nasabah hanya membawa KTP serta barang jaminan, tidak ada persyaratan lain yang memberatkan.

Jadi, dengan strategi *Produk* ternyata pegadaian mampu menarik minat nasabah. Seperti yang disampaikan Bapak Agung saat saya mewawancarai beliau.

## 2. Strategi dalam Bidang Harga

Penetapan strategi harga produk gadai syariah (*Ar-rah*) di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya dengan cara memberikan biaya ijarah yang murah serta uang pinjaman yang besar. Keunggulan Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya terlihat ketika peneliti mencoba menggadaikan emas seberat 5gram 18 karat di Toko Emas Bentoel dan di Pegadaian Syariah. Dilihat dari tabel 4 itu bahwa marhun lebih di Pegadaian Syariah Cabang Blauran lebih besar dari Toko Emas Bentoel yang hanya memberikan uang pinjaman sebesar 2.640.000, sedang di Pegadaian Syariah Cabang Blauran menetapkan biaya ijarah sebesar 69.400 sedangkan di Toko Emas Bentoel menetapkan bunga sebesar 5% dari uang pinjaman sebesar 132.000/bulan. Jadi itulah mengapa nasabah cenderung lebih memilih Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya, disamping mendapatkan uang pinjaman yang besar serta biaya ijarah yang murah, mereka mau menerima barang gadai selain emas yang bernilai ekonomis seperti handphone, televisi, kendaraan, dll, dibandingkan dengan Toko Mas Bentoel harus membayar bunga sebesar 132.000/bulan, serta hanya menerima barang gadai berupa emas saja. Sesuai dengan teori price yaitu menawarkan harga terendah sehingga lebih banyak menarik minat nasabah, dan harga harus proporsional tidak boleh terlalu tinggi dan tidak boleh terlalu rendah.

## 3. Strategi dalam Bidang *Place* atau Distribusi

Mengenai *place* Pegadaian Syariah telah membuka UPC (Unit Pelayanan Cabang) kecil agar mudah dijangkau oleh nasabah yang membutuhkan dana cepat untuk memenuhi semua kebutuhan baik konsumtif maupun produktif.

Saat ini Pegadaian Syariah di Surabaya telah memiliki 12 UPC yang tersebar di beberapa wilayah di Surabaya, strateginya yaitu dengan cara mendekatkan produk *arh-rahn* kepada masyarakat dengan membuka unit-unit bisnis kantor cabang, Pegadaian Syariah Cabang Blauran ini dibangun ditempat yang strategis, berada di pusat Kota Surabaya, berdekatan dengan Mall pusat perbelanjaan BG Junction, Pasar Blauran, Pasar Praban dan tempat-tempat penjualan berbagai macam kebutuhan pokok. Sehingga mendukung pemasukan pendapatan kantor CPS Blauran. Seperti dari hasil wawancara dengan Ibu Agustina yang mengatakan bahwa beliau minat menjadi nasabah ini karena pas kebetulan lewat sini lebih dekat dengan daerah tempat tinggal saya di Asem Rowo. Sesuai dengan teori *Place* yaitu perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen, sangat penting agar konsumen dapat memperoleh produk yang dibutuhkan tepat pada saat dibutuhkan.

Jadi, *Place* juga mempengaruhi kenaikan minat untuk menjadi nasabah di Pegadaian Syariah seperti dari hasil wawancara dengan Ibu Agustina, karena lokasinya Pegadaian Syariah Cabang Blauran ini juga sangat strategis dan lokasinya mudah ditemukan karena terletak di depan jalan raya.

#### 4. Strategi dalam Bidang Promosi

Dalam strategi promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya dalam memasarkan produk *ar-rahn* adalah melalui periklanan baik dari majalah, brosur, pamflet, dari mulut ke mulut, atau media lainnya dan membuat program baru yang bernama *Referral*, sedangkan untuk penjualan pribadi (*personal selling*) terjun langsung ke lapangan menyebarkan brosur dan membuka unit kecil di stand Pasar Blauran (*Open Table*) sesuai dengan segmen pasar yang dituju yaitu para pedagang, pembeli, serta para ibu-ibu yang membutuhkan dana cepat untuk keperluan produktif maupun konsumtif, sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Agung yang mengatakan beliau mengetahui Pegadaian Cabang Blauran Surabaya melalui brosur yang didapatkan dari seorang temannya.

Jadi dari strategi *Promotion* dapat juga menarik minat nasabah untuk menjadi nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya termasuk program baru yang bernama *Referral* diharapkan dapat menarik minat nasabah lebih banyak lagi untuk merekrut nasabah baru.

#### B. Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai (*Ar-rahn*) di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya



beda halnya dengan bank yang memerlukan waktu 45 menit s/d 1 jam untuk mencairkan dananya, memberikan pelayanan yang cepat dan praktis, pelayanan inilah yang menjadi nilai plus dari produk untuk Pegadaian. Dalam bidang *price* pegadaian telah menawarkan harga terendah sehingga lebih banyak menarik minat nasabah, dan harga harus proporsional tidak boleh terlalu tinggi dan tidak boleh terlalu rendah, yaitu dengan memberikan diskon tarif *ijarah* bagi *rahin*. Dalam bidang *promotion* telah melakukan periklanan, dan penjualan pribadi (*Personal Selling*), serta membuat program baru bernama *referral*. Dalam bidang *place* pegadaian terletak di lokasi yang strategis berada di pusat Kota Surabaya agar mudah dijangkau oleh nasabah.

Dari strategi tersebut, sebenarnya bagi pegadaian masih terbuka peluang untuk melakukan strategi lain dalam meningkatkan jumlah nasabah, omzet, dan jumlah barang jaminan. Dalam bidang promosi, seharusnya CPS Blauran melakukan promosi melalui radio, memasang iklan di web, dan koran. Strategi yang sudah pegadaian lakukan telah mampu menarik minat nasabah, ini terbukti dengan perkembangan jumlah uang pinjaman/omzet, yang sudah dicantumkan pada tabel 3, yaitu pada bulan Januari-Desember 2011 hanya mendapatkan omzet sebesar 79.823.049.000, pada saat bulan Januari-Desember 2012 mengalami kenaikan omzet sebesar 20.048.486.000 menjadi 99.871.353.000, bulan Januari-Desember 2013 juga mengalami kenaikan omzet sebesar 1.795.765.000 menjadi 101.677.300.000, sedang bulan Januari–Agustus 2014 mengalami penurunan omzet sebesar 38.541.770.000 menjadi 63.135.530.000, di tahun 2014 peneliti hanya mendapatkan data dari



bulan Januari-Agustus saja, karena pada tahun 2014 sistem dari Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya sudah tidak manual lagi (seperti pada data di tahun 2012-2013), yaitu online dan itu harus mengirim datanya dulu ke Jakarta baru bisa di *accept* dan itu membutuhkan waktu lumayan lama.

Peningkatan omzet yang terjadi di CPS Blauran pada tahun 2011-2013, selain karena faktor strategi pemasaran yang dilakukan dapat juga terjadi karena musim pendaftaran ulang siswa sekolah dan pada saat Idul Fitri sebagai salah satu pemicu meningkatnya omzet *ar-rahn*, karena para orang tua membutuhkan uang secara cepat untuk daftar ulang anak-anaknya dan biaya untuk mudik ke luar kota pada saat Idul Fitri.

Lalu berdasarkan tabel pertumbuhan jumlah barang jaminan pada tabel 4, peningkatan terjadi dari bulan Januari–Desember 2012 berjumlah 32.629 unit, jumlah barang jaminan pada saat bulan Januari–Desember 2013 mulai menurun berjumlah 30.554, sedang pada saat bulan Januari–Desember 2014 juga mulai menurun berjumlah 28.506, walaupun barang jaminan di pegadaian syariah jumlahnya mulai menurun setiap tahunnya itu tidak membuat omset Pegadaian Syariah Cabang Blauran ikut menurun, terlihat dari data omset Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya omsetnya naik setiap tahunnya.

Dapat dilihat pertumbuhan jumlah nasabah *ar-rahn* mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan yang terjadi dari tahun 2012-2014. Yang mana peningkatan tersebut dilihat dari tahun 2012 berjumlah 2.360, sedang tahun 2013 berjumlah 2.560 dan tahun 2014 bertambah lagi

menjadi 2.810. Peningkatan jumlah nasabah ini selain disebabkan karena iklan atau pemasaran juga disebabkan karena sudah semakin banyaknya masyarakat yang sadar atas pegadaian syariah karena dirasakan lebih aman, jujur, dan biaya lebih ringan daripada konvensional.

Sebagai lembaga keuangan non bank pegadaian syariah harus terus berupaya meningkatkan mutu serta pelayanan dalam mengembangkan produk *ar-rahn*. Dengan menyediakan layanan dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan peraturan pemerintah dan syariah.

Selanjutnya dalam memasarkan produk *ar-rahn* di Pegadaian Syariah Cabang Blauran lebih mengutamakan pemeliharaan hubungan baik dengan nasabah agar tetap setia dan loyal untuk menggunakan jasa Pegadaian Syariah.