BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran produk *Ar-rahn* yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya dalam menarik minat nasabah dilakukan dengan 4P, yaitu *Produk, Price, Place,* dan *Promotion.* Melalui *Produk* dengan membuat solusi pendanaan yang cepat, praktis, aman dan sesuai syariah. *Price* dengan menawarkan harga terendah seperti memberikan diskon serta potongan harga sehingga bisa lebih banyak menarik minat nasabah. *Place,* mendirikan kantor pusat, kantor cabang, dan lain-lain di tempat yang strategis guna memudahkan para nasabah untuk memperoleh manfaat dari perusahaan tersebut. *Promotion* brosur, pamflet, penjualaan pribadi (*Personal Selling*) dan *referral.*
2. Dari hasil penelitian, strategi pemasaran dan implementasinya produk *Ar-rahn* mampu menarik minat nasabah. Ini dapat dilihat dari terus meningkatnya jumlah nasabah dari tahun 2012-2014. Pegadaian Syariah Cabang Blauran dari sejak berdirinya Pegadaian Syariah di Surabaya hingga saat ini sudah memiliki 12 UPC. Untuk strategi *referral* cukup menarik minat nasabah dalam mengikuti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

program tersebut, sekitar 25 orang, yang mana di rank pertama berhasil merekrut nasabah baru sebanyak 50 nasabah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti dapat memberikan beberapa saran berikut:

1. Pegadaian syariah harus lebih aktif lagi dalam meningkatkan inovasi dalam kegiatan pemasaran, baik dalam bidang promosi dan sosialisasi para karyawan kepada masyarakat harus lebih giat lagi dalam memperkenalkan dan menjelaskan manfaat serta keuntungan dalam menggunakan jasa pegadaian syariah, terbukti bahwa kegiatan pemasaran ini mampu meningkatkan jumlah nasabah. Dapat dilihat dari tahun 2012-2014 dirasakan cukup berhasil. Oleh karena itu perlu diadakan evaluasi terhadap pelaksanaan aktifitas promosi dan sosialisasi secara terus menerus untuk mengetahui seberapa efektif keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan, mengatasi berbagai kendala yang akan dihadapi dalam melakukan kegiatan promosi dan sosialisasi di masa yang akan datang.
2. Pegadaian syariah juga hendaknya mendengarkan masukan serta kritikan yang diberikan oleh nasabah sebagai upaya untuk bisa lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun kekerabatan. Hal ini akan semakin mendekatkan nasabah dengan pegadaian syariah, guna menciptakan image positif pegadaian syariah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Bagi peneliti selanjutnya dapat memperdalam proses strategi promosi (*referral*) yang relatif baru dimunculkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id