
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS (STUDI KOMPARASI DI BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG LARANGAN DAN BPRS SPM KANTOR KAS CABANG LARANGAN)

Supriyadi, S.E.I, M.E.*¹, Marzuki²

¹Dosen Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien (IDIA) Prenduan

²Mahasiswa Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien (IDIA) Prenduan

e-mail: *marzuki4217@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk gadai emas dan analisis strategi pemasaran produk gadai emas di BPRS Bhakti Sumekar cabang Larangan dan BPRS SPM kantor kas cabang Larangan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Field Research* (penelitian lapangan). Objek dalam penelitian ini dilakukan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Larangan dan BPRS SPM Kantor Kas Cabang Larangan Pamekasan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi teknik. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah reduksi data. Berdasarkan hasil penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran produk gadai emas yang ada di BPRS Bhakti sumekar yaitu : a). Promosi periklanan pada BPRS dilakukan dengan cara pemasangan benner penyebaran brosur serta menggunakan media online. b). Penjualan pribadi yaitu dilakukan dalam bentuk menjalin kerja sama dengan masyarakat yang siap memasarkan produk gadai emas. c). Menjalinkan kerja sama antar lembaga. Sedangkan penerapan strategi pemasaran produk gadai yang ada di SPM (Sarana Prima Mandiri) yaitu: a). penjualan pribadi dilakukan dalam bentuk silaturahmi dan sosialisasi kepada masyarakat. b). periklanan dilakukan dalam bentuk pemasangan baner, penyebaran brosur dan menggunakan media online.

Kata kunci - Strategi Pemasaran, Gadai Emas, Larangan.

Abstract

This study aims to determine the marketing strategy of gold pawn products and analyze the marketing strategy of gold pawn products at the Larangan branch of BPRS Bhakti Sumekar and the Larangan branch of BPRS SPM cash office.

This research uses a qualitative approach and the type of research uses Field Research (field research). The object of this research was carried out at BPRS Bhakti Sumekar Branch of Larangan and BPRS SPM Cash Office of Larangan Pamekasan Branch. Data collection techniques used observation, interviews and literature study. Checking the validity of the data using pressure triangulation. While the data analysis used is data reduction Based on the results of this study, the researchers concluded that the application of the marketing strategy for pawning gold products in BPRS Bhakti Sumekar was: a). Advertising promotion at the BPRS is carried out by placing banners and distributing brochures and using online media b). Private selling is carried out in the form of cooperating with people who are ready to market Pawn Eams products. C) Establishing inter- agency cooperation. Meanwhile, the implementation of the marketing strategy for pawn products in SPM (Sarana Prima Mandiri) is a) personal selling is carried out in the form of hospitality and socialization to the public. B. Advertising is carried out in the form of installing banners, distributing brochures and using online media.

Keywords - Marketing Strategy, Pawn Gold, Prohibition.

PENDAHULUAN

Pada perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Pertumbuhan perbankan syariah dari segi lembaganya selalu mengalami peningkatan. Walaupun peningkatannya perlahan, namun pertumbuhan paling pesat terjadi pada tahun 2008 sampai dengan 2013 setelah disyahkannya UU nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah sebagai suatu lembaga keuangan yang menggunakan sistem berbasis syariah telah tumbuh berkembang, di samping itu bank-bank konvensional yang telah lama berdiri sebelumnya. Bank syariah mampu mengajukan sebuah kelebihan dari pada bank konvensional kepada semua masyarakat, dengan adanya dalil Al-qur'an dan Al-hadits yang sudah menjamin dalam hukumnya dan sudah tentu transaksi keuangannya yang dilakukan secara halal, juga sistem yang menggunakan bagi hasil, bonus yang menguntungkan bagi para nasabah maupun bank syariah tanpa harus mengikuti naik atau turunnya bunga bank. Bank adalah sebuah badan usaha yang memfokuskan usahanya dalam bidang jasa dan keuangan (*financial service*).

Bank syariah yang menawarkan produk gadai emas sebagai satu dari banyaknya jenis produk pembiayaan mereka. Sebagai lembaga bisnis, bank syariah juga akan selalu berusaha untuk mencari keuntungan (*profit*). Menurut A. Kadir "mencari keuntungan itu disyariatkan, kecuali apabila dilakukan dengan cara-cara yang bertentangan atau dengan cara yang salah dengan ketentuan hukum syara'. Prinsipnya, setiap keuntungan berasal dari berbagai usaha bisnis yang legal diharamkan. Sebagai produk, gadai emas merupakan suatu produk pembiayaan yang sangat menjanjikan keuntungan (*profit*). Namun, sebuah produk tidak akan laku keras di pasaran tanpa adanya strategi pemasaran yang tepat sasaran. Oleh karena itu, pemasaran menjadi suatu faktor yang berpengaruh dan menjadi prioritas suatu lembaga bisnis sehingga produk yang mereka tawarkan mampu terjual dan tentunya menambah profit bagi perusahaan (dalam hal ini lembaga bisnis tersebut adalah bank syariah

Pemasaran tidak terlepas dari unsur persaingan. Biasanya, tidak ada satu bisnis pun yang dengan leluasa bisa santai menikmati penjualan dan keuntungan. Paling tidak, bukan untuk waktu yang lama karena akan ada persaingan yang ingin turut menikmatinya. Bahkan, yang sering terjadi adalah sebuah persaingan yang sangat ketat, persaingan tidak mengenal belas kasihan. Persaingan tidak akan menanyakan apakah modal si pesaing itu dari warisan, atau berasal dari hasil pinjaman. Oleh karena itu, persaingan mendapatkan perhatian lebih dalam pemasaran. Bank BPRS dan SPM Kantor Kas Cabang Larangan Pamekasan termasuk satu dari banyaknya bank syariah di Indonesia yang menawarkan produk pembiayaan gadai emas kepada masyarakat.

Pada bank BRPS Bhakti Sumekar Cabang Larangan strategi pemasasann produk gadai emas menggunakan strategi promosi, proker serta kerja sama antar bank. sedangkan pada BPRS SPM Kantor Kas Cabang Larangan strategi pemasaran produk gadai emas yaitu menggunakan strategi promosi dengan metode periklanan dan penjualan pribadi. data tersebut diperoleh dari hasil observasi awal yang dilakukan peneliti di lapangan.

Diantara kedua lembaga keuangan tersebut memiliki perbedaan dalam memasarkan sebuah produk gadai emas. Dimana setiap bank memiliki strategi tersendiri dalam memasarkan sebuah produk gadai dari segi biaya titip yang mencolok antara BPRS Bhakti Sumekar dan SPM kantor kas yang ada di larangan pamekasan. Dimana BPRS Bhakti Sumekar lebih menawarkan biaya titip yang relatif lebih murah di bandingkan dengan BPRS SPM Kantor Kas. Pada umumnya strategi pemasaran yang diterapkan oleh bank dalam memasarkan produknya menggunakan metode marketing max yaitu strategi produk, tempat, harga, promosi, orang, proses dan layanan konsumen. namun setiap perbankan memiliki cara tersendiri dalam memasarkan produk produknya

Dari kedua strategi yang diterapkan oleh BPRS Bhakti Sumekar dan BPRS SPM Kantor Kas Cabang Larangan, Peneliti tertarik untuk meneliti strategi pemasaran yang digunakan oleh dua lembaga keuangan yang berbeda dan ingin mengetahui mana yang menghasilkan profit lebih tinggi dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh kedua lembaga keuangan tersebut. Dan juga

peneliti ingin melakukan perbandingan antara kedua strategi yang diterapkan oleh kedua bank tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (Field Research) dapat dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif, dimana peneliti berangkat ke lapangan untuk melakukan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan ilmiah. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, Pendekatan kualitatif merupakan proses penelitian yang menghasilkan deskripsi yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang peneliti amati. Dengan pendekatan kualitatif ini mendorong peneliti lebih kreatif dan aktif dalam mengumpulkan data dari informasi di lapangan karena peneliti dapat mengembangkan latar belakang yang mendukung keabsahan data yang diperoleh dari lokasi penelitian Prosedur pengumpulan data merupakan langkah penting dalam suatu penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua sumber yaitu: data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono sumber data primer adalah sumber data yang memberikan data langsung kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui interview atau wawancara yang dilakukan secara langsung kelapangan. Adapun Data Primer pada Penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan interview atau wawancara kepada Admin Gadai, bagian marketing, Penaksir Emas yang ada di BPRS Bhakti Sumekar dan BPRS SPM Kantor Kas Cabang Larangan.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti, pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Adapun data sekunder pada penelitian ini buku kepustakaan, majalah, koran dokumen-dokumen dan informasi-informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.okumentasi merupakan catatan peristiwa yang diabadikan dalam bentuk tulisan, gambar atau karya-karya yang bersejarah dari seseorang yang merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam suatu waktu tertentu. secara sistematis datanya diperoleh dari hasil observasi atau catatan lapangan, hasil wawancara, maupun dokumentasi. Menurut Miles and Huberman sebagaimana yang dikutip oleh Sugiyono (2008: 237), ia mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung hingga tuntas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil temuan yang diperoleh melalui hasil observasi, wawancara dan temuan-temuan ini tentunya tidak terlepas dari fokus dan tujuan penelitian seperti yang telah ditetapkan sebelumnya, setiap bank pasti melakukan pemasaran untuk menjual produk-produknya agar dikenal dan laku di masyarakat. Salah satu produk yang dipasarkan atau di promosikan adalah produk gadai emas. Gadai emas adalah menggadaikan atau menyerahkan barang berupa emas dari nasabah kepada bank untuk dijadikan barang jaminan atas pinjaman hutang.

Pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Bhakti sumekar dalam memasarkan sebuah produk gadai emas menggunakan strategi promosi, dimana promosi ini dilakukan oleh bagian marketing dan semua elemen karyawan yang ada di BPRS guna memasarkan sebuah produk gadai emas. Tidak hanya promosi yang dilakukan ada juga strategi penjualan pribadi serta proker yang diterapkan oleh BPRS dalam memasarkan produk gadai, dengan strategi proker dapat menambah nasabah dalam menggadaikan emasnya di BPRS Bhakti sumekar. Sedangkan pemasaran yang dilakukan oleh SPM Kantor Kas menggunakan penjualan pribadi dimana semua karyawan

memasarkan produk gadai emasnya, bukan hanya bagian marketing, dengan melalui promosi juga SPM Kantor Kas dapat memasarkan produk tersebut.

Hasil yang diperoleh dari dua lembaga keuangan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Larangan dan BPRS SPM Kantor Kas Cabang Larangan Pamekasan yang telah dibandingkan dari segi strategi pemasaran produk gadai emas adalah sebagai berikut :

Strategi pemasaran produk gadai emas pada BPRS Bhakti Sumekar

1. Promosi

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan sebuah produk dengan tujuan menarik minat calon konsumen agar konsumen tersebut mau membeli sebuah produk tersebut yang telah dipromosikan. Strategi promosi produk gadai emas pada bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Larangan dari hasil wawancara yaitu dalam bentuk banner, brosur, media sosial, dan media masa seperti televisi dan koran dan juga terjun langsung ke lapangan untuk mempromosikan produk.

2. Strategi menggunakan proker

Strategi proker merupakan strategi yang dilakukan oleh pihak lembaga keuangan untuk memudahkan dalam mencari nasabah dengan mengerahkan seseorang untuk mencari calon nasabah dengan cara terjun langsung kelapangan. Pada bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Larangan pihak bank akan menyuruh orang yg bersedia untuk mempromosikan dan memasarkan produk gadai emas.

3. Kerja sama antara lembaga

Strategi kerja sama antara lembaga keuangan merupakan kerja sama antara bank dan lembaga koperasi dimana bank tersebut memberikan pemahaman tentang gadai emas dan keunggulan menggadaikan emas. Pihak BPRS Bhakti Sumekar Cabang Larangan mengajak koperasi untuk bekerja sama untuk sebuah produk gadai, dan tidak hanya lembaga koperasi saja yang diajak kerja sama akan tetapi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Larangan juga mengajak lembaga bank lainnya untuk bekerja sama.

Strategi pemasaran produk gadai emas pada BPRS SPM Kantor Kas

1. Penjualan pribadi

Penjualan merupakan komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dengan calon konsumen untuk memperkenalkan suatu produk kepada konsumen dan membentuk suatu pemahaman terhadap produk tersebut sehingga konsumen mau mencoba dan membelinya. Pada BPRS SPM Kantor Kas Cabang Larangan pemasaran produk gadai di promosikan secara langsung oleh bagian pemasaran dengan cara silaturahmi kepada nasabah dan itu dilakukan supaya nasabah mengetahui langsung terhadap produk gadai emas sekaligus ujrahnya yang lebih murah dibandingkan bank lainnya,

2. Periklanan

Periklanan merupakan upaya pemberitahuan akan sebuah produk, dimana produk itu dipercaya oleh konsumen dan diinginkan atau bahkan dibutuhkan. di SPM Kantor Kas Cabang Larangan Pamekasan sendiri bahwasanya dalam memasarkan sebuah produk gadai emas itu sendiri menggunakan sebuah periklanan

Pembahasan

Tull dan Keble menyampaikan, strategi pemasaran adalah sebagai alat yang direncanakan untuk mencapai tujuan organisasi atau lembaga dengan mengembangkan keunggulan yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program-program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Sedangkan pengertian lain dalam strategi pemasaran adalah merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis.

Menjalankan kegiatan pemasaran, suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Secara umum tujuan pemasaran bank adalah: a). Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan sehingga dapat menarik nasabah dalam membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang. b). Memaksimalkan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. c). Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki pilihan. d). Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

Analisis strategi pemasaran yang dilakukan mendapatkan kesimpulan bahwa penerapan strategi promosi produk gadai emas yang ada di SPM Kantor Kas Cabang Larangan sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler, yaitu promosi merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Seluruh kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan promosi yang utama adalah memberitahukan, membujuk dan mengingatkan.

Perbandingan strategi Pemasaran produk gadai emas antara BPRS Bhakti Sumekar dengan BPRS SPM Kantor Kas Cabang Larangan yaitu memiliki beberapa kesamaan tersendiri namun terdapat beberapa perbedaan yang menjadi pembeda diantara keduanya. pemasaran produk gadai yang ada di BPRS Bhakti Sumekar dan BPRS SPM Kantor Kas yaitu sama-sama menerapkan strategi promosi yang berupa periklanan dan penjual pribadi. bentuk periklanan yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar dan BPRS SPM Kantor Kas Larangan yaitu pemasangan benner, penyebaran brosur serta sama-sama menggunakan media online berupa instagram, adapun bentuk promosi penjualan pribadi, pada SPM Kantor Kas Cabang Larangan dilakukan dengan cara silaturahmi serta sosialisasi sedangkan pada BPRS Bhakti Sumekar dilakukan dengan cara proker yaitu menyuruh seseorang yang siap melakukan pemasaran langsung ke pada nasabah. mengenai penjualan pribadi, penerapan yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar sedikit lebih efektif dibandingkan yang dilakukan BPRS SPM Kantor Kas karena semakin banyak orang yang bersedia menjadi proker maka semakin banyak pula nasabah yang akan tertarik dengan produk gadai emas yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Larangan.

SIMPULAN

Penerapan strategi pemasaran produk gadai emas yang ada di BPRS Bhakti sumekar yaitu : a). Promosi periklanan pada BPRS dilakukan dengan cara pemasangan benner penyebaran brosur serta menggunakan media online. b). Penjualan pribadi yaitu dilakukan dalam bentuk menjalin kerja sama dengan masyarakat yang siap memasarkan produk gadai eams. c). Menjalinkan kerja sama antar lembaga. Sedangkan penerapan strategi pemasaran produk gadai yang ada di SPM (Sarana Prima Mandiri) yaitu: a). penjualan pribadi dilakukan dalam bentuk silaturahmi dan sosialisasi kepada masyarakat. b). periklanan dilakukan dalam bentuk pemasangan baner, penyebaran brosur dan menggunakan media online. Perbandingan strategi Pemasaran produk gadai emas antara BPRS Bhakti Sumekar dengan BPRS SPM Kantor Kas Cabang Larangan yaitu memiliki beberapa kesamaan tersendiri namun terdapat beberapa perbedaan yang menjadi pembeda diantara keduanya. pemasaran produk gadai yang ada di BPRS Bhakti Sumekar dan BPRS SPM Kantor Kas yaitu sama-sama menerapkan strategi promosi yang berupa periklanan dan penjual pribadi. bentuk periklanan yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar dan BPRS SPM Kantor Kas Larangan yaitu pemasangan benner, penyebaran brosur serta sama-sama menggunakan media online berupa instagram, adapun bentuk promosi penjualan pribadi, pada SPM Kantor Kas Cabang Larangan dilakukan dengan cara silaturahmi serta sosialisasi sedangkan pada BPRS Bhakti Sumekar dilakukan dengan cara proker yaitu menyuruh seseorang yang siap melakukan pemasaran langsung ke pada nasabah. mengenai penjualan pribadi, penerapan yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar sedikit lebih efektif dibandingkan yang dilakukan BPRS SPM Kantor Kas karena semakin banyak orang yang bersedia menjadi proker

maka semakin banyak pula nasabah yang akan tertarik dengan produk gadai emas yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Larangan.

Perbedaan strategi pemasaran antara BPRS Bhakti Sumekar dan BPRS SPM Kantor Kas yaitu pada BPRS Bhakti Sumekar menjalin kerja sama antara bank lain yang bersedia untuk menjalin hubungan dengan BPRS Bhakti Sumekar terutama bank yang membutuhkan tambahan dana, sedangkan pada BPRS SPM Kantor Kas tidak menjalin kerja sama. sehingga dengan demikian strategi pemasaran produk gadai antara BPRS dengan SPM Kantor Kas lebih unggul BPRS mengingat perbedaan dan kesamaan yang ada di antara keduanya.

SARAN

Pada pengaplikasian strategi pemasaran perlu adanya pembenahan pada penganeekaragaman produk jenis emas yang dapat digadai dan pada variabel proses perlu adanya perbaikan waktu transaksi per nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Shintya R, dan Dewi S. *Pelaksanaan Gadai Emas Syariah Sebagai Alternatif Pembiayaan di Kota Bandar Lampung* || 1, no. 2 (2018): 9..
- Amanah, Dita. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan*, 2017.
- Ayudia, Ayudia, Edi Suryanto, dan Budhi Waluyo. *Analisis Kesalahan Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Laporan Hasil Observasi Pada Siswa Smp.* || BASASTRA 4, no. 1 (9 Maret 2017): 34.
- Jabani, Muzayyanah, dan Siti Chodijah. *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo* || 1, no. 1 (2018): 9.
- Manahaar, Pamonaran. *Implementasi Gadai Syariah (RAHN) Untuk Menunjang Perekonomian Masyarakat Di Indonesia*
- Misbahudin, Atep. *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (RAHN) Pada BPRS PNM Al-Ma'soem dalam Meningkatkan Pedapatan Bank*, 2018..
- Surahman, Maman, dan Panji Adam. *Penarapan Prinsip Syariah Pada Akad Rahn Di Lembaga Pegadaian Syariah.* || *Law and Justice*