BAB V

PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Bauran Pemasaran (4P) dalam Meningkatkan Penjualan Produk Gadai Emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.

BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik sebagai lembaga keuangan syariah yang didirikan yang mempunyai tujuan untuk menolong masyarakat dari masalah perekonomian dan menyelamatkan masyarakat dari jeratan riba. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik merupakan salah satu lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dan juga menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dengan berbagai akad pembiayaan baik akad *mudharabah, murabahah, musyarakah* dan *rahn*. Kaitannya dengan pengelolaan manajemen lembaga kauangan syariah maupun konvensional dalam memberikan pembiayaan atau kredit kepada nasabah berupaya menjaga agar dana yang di salurkan kepada nasabahnya aman dan menguntungkan.

BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik sebagai lembaga keuangan syariah yang menerapkan strategi pemasaran melalui bauran pemasaran untuk menganalisa strategi pemasarannya dengan menggunakan 4P *(product, price, place, promotion).* Sebagaimana telah di fokuskan pada pembahasan dalam penelitian ini,akan di paparkan data-data temuan penelitian yang berhubungan dengan strategi bauran pemasaran (4P) dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.

Dari hasil paparan data hasil penelitian dapat di jadikan pembahasan sebagai berikut:

1. *Product* (produk)

Menurut Kotler produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.[127] Jadi produk merupakan sesuatu yang didapat di beli untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Gadai Emas Syariah adalah penggadaian atau penyerahan hak penguasa secara fisik atas harta/benda berharga (berupa emas) dari nasabah (*rahin*) kepada bank syariah (*murtahin)* untuk di kelola dengan prinsip *rahn* yaitu sebagai jaminan (*marhun)* atas peminjam/utang (*marhun bih)* yang diberikan kepada nasbah/ peminjaman tersebut.[128]

Dewan Syaraih Nasional Majelis Ulama Indoneisa selaku pengawas pada produk perbankan syariah mengeluarkan fatwa tentang Gadai emas. Fatwa DSN MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn* emas menyebutkan bahwa: [129]

a. *Rahn* emas dibolehkan berdasarkan prinsip *rahn* sesuai fatwa DSN MUI no. 25/DSN-MUI/III/2002
b. Ongkos dan biaya penyimpanan *marhun* ditanggung oleh *rahin*

---

[127] Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 216

[128] Abdul Ghafur Anshori, *Gadai Syariah diIndonesia: konsep, implementasi, dan institusionalisasi (edisi revisi)* ,(Yogyakarta: Gadjah Mada Universiti Press, 2011), hal. 153.

[129] Ninda ardiani, Muhammad Nafik H.R*, "gadai emas alternatif tambahan modal usaha mikro kecil dan menengah pada lembaga keuangan syariah",*JESTT Vol. 2 No. 8 Agustus 2015, 692.

c. Ongkos sebagaimana di maksud di poin b besarnya berdasarkan pada pengeluaran nyata yang diperlukan
d. Biaya penyimpanan *marhun* dilakukan berdasarkan akad *ijarah*

Produk gadai emas merupakan produk baru dan produk yang banyak di nimati oleh masyarakat karena produk ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan keunggulan produk gadai emas ini di bandingkan produk lainnya yaitu prosesnya cukup mudah dan cepat untuk mendapatkan dana yang di butuhkan sehingga mempunyai daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Produk gadai emas BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik resmi di pasarkan pada awal tahun 2016 dan mendapatkan respon positif dari masyarakat sehingga mengalami peningkatan penjualan yang sangat tinggi. Dari tahun 2016 sampai 2017 mengalami peningkatan penjualan sebanyak (66%).[130]

Ada beberapa manfaat yang tersimpan dari produk gadai emas. diantaranya adalah sebagai berikut.

a) Bagi BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik :
    1) Bisa mengimplementasikan produk syariah yang sudah ada
    2) Nilai koorporate atau nilai-nilai perusahaan (nilai yang berbeda dari bank lain)
    3) Bisa mengakomodir kepentingan masyarakat

[130] Sumber, data penjualan BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik

4) Akselerasi pengembangan produk (menjadi banyak pilihan produk di BPRS Mitra)

b) Bagi masyarakat atau nasabah :

Proses lebih cepat, simpel, tidak ribet (nasabah datang ke bank uang akan cair) jika memiliki kebutuhan yang mendesak.

2. *Price* (harga)

Harga (*Price*) adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.[131] Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang secara nyata memberikan keuntungan langsung, dengan adanya penetapan harga yang sesuai perusahaan dapat bersaing dan memberikan kepuasan kepada nasabah akan tetapi apabila salah dalam menetukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.

Menurut Abung Faisha, harga merupakan pertimbangan bagi konsumen, karena nilai menentukan apakah sesuai atau tidak dengan kepuasan yang dialami oleh konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar dan ditetapkan oleh penjual untuk harga yang sama terhadap semua pembeli.[132]

---

[131] Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hal. 52.

[132] Abung Fayshal, Henny Medyawati, *Analisis Strategi Pemasaran Poduk Asuransi Jiwa Pada Bumi Putera Syariah Cabang Depok*, Jurnal Asuransi dan Manajemen Resiko Vol 1, Nomor 2, September 2013, 49.

Ada beberapa langkah yang ditempuh untuk menetapkan harga pada suatu produk, antara lain:

a. Menetukan tujuan penetapan harga
b. Memperkirakan permintaan, biaya, dan laba
c. Memilih strategi harga untuk membantu menentukan harga dasar
d. Menyesuaikan harga dasar dengan praktik/aplikasi penetapan harga[133]

Dalam strategi penetapan harga pada produk pembiayaan gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik yaitu dengan menetapkan harga emas mempunya standarisasi harga nilai, dengan batas maksimum yang diberikan kepada nasabah nilai limitnya 92% dari nilai taksir. Penetapan ujroh dari produk gadai emas yaitu 1% dari total pembiayaan per 15 hari, 2% per satu bulan tanpa biaya administrasi. BPRS Mitra juga memberikan fasilitas tambahan dengan memberikan asuransi pada emas yang digadaikan dan emas yang digadaikan di jamin disimpan di tempat yang aman.

3. *Plice* (lokasi/tempat)

Tempat adalah berbagai kegiatan yang membuat produk terjangkau oleh konsumen sasaran.[134] Sedangkan menurut Thorik Gunara dan hardiono sudibyo dalam bukunya marketing Muhammad, lokasi yang baik tidak hanya berdasar pada istilah strategis, maksudnya memandang pada

[133] *Ibid*, ... hal 53
[134] Abung Fayshal, Henny Medyawati, *Analisis Strategi Pemasaran Poduk Asuransi Jiwa Pada Bumi Putera Syariah Cabang Depok*, Jurnal Asuransi dan Manajemen Resiko Vol 1, Nomor 2, September 2013, hal 49.

jauh dekatnya pada pusat kota atau mudah tidaknya akomodasi menuju tempat tersebut.[135]

BPRS Mandiri Mittra Sukses Gresik terletak dalam lokasi yang strategis sangat mudah di jangkau oleh nasabah untuk melakukan interaksi dengan BPRS Mitra. BPRS Mitra ini terletak di pusat kota gresik tepatnya di Jl. Kartini No. 7 Ruko Andalusia Square Blok A2 Gresik, jika dilihat letak geografisnya BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik cukup strategis karena dekat dengan akses jalan raya dan terletak pada perkotaan, sehingga mudah dijangkau dengan nasabah dan calon nasabah.

Lokasi pesaing tidak jauh baik pesaing bank maupun non bank, syariah maupun konfensional, karena hal ini menjadi kekuatan tersendiri bagi BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik yang mempunyai keunikan pelayanan jemput bola kepada nasabah. Juga terdapat lahan parkir yang cukup luas karena berada di lokasi *Ruko Andalusia Square.*

Untuk tata letak atau *layout* yang ada di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

a. Tata letak yang di sediakan untuk karyawan dan nasabah di atur senyaman mungkin dan dilengkapi fasilitas ruang tunggu yang nyaman dan terdapat AC, TV guna meningkatkan kenyamanan nasabah.

[135] Nur Sa'adah, *Analisis Satrategi Pemasaran Poduk Talangan Haji di Bank Syariah mandiri (BSM) cabang Ungaran Semarang*, (Semarang, skripsi, 2013) hal. 64.

b. Untuk *layout* BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik dengan melihat posisi dan luas kantor, ditata dengan suasana yang nyaman, bersahabat dan *sesimple* mungkin.

BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik juga membuka kantor cabang dan kantor kas di berbagai daerah sebagaimana pemaparan data kantor kas di bab IV pada tabel 4.I Data Kantor Cabang dan Kantor Kas. Pendirian kantor kas dan kantor cabang bertujuan untuk memperluas pasar dan pemasaran serta mempermudah jangkauan masyarakat yang akan bertransaksi di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik

4. *Promotion* (promosi)

Promosi adalah kegiatan penjualan dan peamsaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan cara memepengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.[136] Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produk atau jasa dan meyakinkan konsumen sasaran tentang produk yang mereka hasilkan.[137]

Adapun tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran

---

[136] Abung Fayshal, Henny Medyawati, *Analisis Strategi Pemasaran Poduk Asuransi Jiwa Pada Bumi Putera Syariah Cabang Depok*, Jurnal Asuransi dan Manajemen Resiko Vol 1, Nomor 2, September 2013, hal 56.

[137] Popon Srisusilawati, *Kajian Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Jasa Perbankan,* Amwaluna, Vol. 1 No. 1 (januarii, 2017) hal 5.

tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Tujuan promosi bagi BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik Sendiri adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha unutk menarik nasabah yang baru dan meningkatkan volume penjualan produk BPRS Mandir Mitra Sukses Gresik teruta apapada produk gadai emas.

Perangkat bauran promosi yang dilakukan oleh BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik diantaranya melalui media massa seperti webside dan media cetak seperti menyebarkan brosur kepada masyarakat, benner, juga melakukan promosi mulut ke mulut dengan mengenalkan produk kepada sanak keluarga, dan juga mengadakan pembabatan pasar dengan cara grebeg pasar dan juga promosi cuci emas gratis.

B. Peranan Bauran Pemasaran (4P) Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Gadai Emas di BPRS mandiri Mitra Sukses Gresik

Produk mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan juga terhadap perkembangan BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. Berbagai macam produk yang di layani oleh BPRS Mitra dari sisi tabungan, deposito dan pembiayaan. Untuk pembiayaan yang di tawarkan meliputi pembiayaan *murobahah, musyarokah, murabahah dan Rahn* (Gadai Emas). Namun produk gadai emas sendiri yang merupakan produk yang paling banyak di minati di kalangan masyarakat di karenankan prosesnya yang mudah dancepat untuk mnedappatkan data yang butuhkan oleh masyarakat, sehi

ngga dengan otomatis akan meningkatkan volume penjualannya. Dengan adanya produk yang di tawarkan oleh BPRS mandiri Mitra Sukses Gresik maka masyarakat akan berbondong-bondong untuk memanfaatkan guna memenuhi kebutuhannya.

Harga *(price)* merupakan salah satu elemen dari bauran pemasaran yang mempunya peranan yang sangat penting guna meningkatkan penjualan volume penjualan produk gadai emas. Dengan penetapan harga yang mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya di harapkan mampu menarik minat nasabah untuk menggunakan produk Gadai Emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik

Peranan lokasi yang sangat strategis sehingga sangat mudah di jangkau dan di datangi oleh nasabah dan calon nasabah untuk berinteraksi di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. Suasana tempat yang nyaman juga menjadi pertimbangan masyarakat untuk berinteraksi. Semua itu mempunyai daya tarik tersendiri terhadap minat nasabah dan calon nasabah untuk berinteraksi menggunakan produk di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik

Promosi yang dilakukan oleh BPRS Mitra Gresik berperan penting terhadap peningkatan volume penjualan produk gadai emas. Dengan melakukan promosi kepada masyarakat secara tidak langsung sudah memperkenalkan produk-produk yang dilayani di BPRS Mitra Gresik terutama Produk Gadai emas dan dengan begitu masyarakat bisa tau dan

mengenali produk yang di layani oleh BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. Dengan begitu dapat menarik minat masyarakat dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di BPRS Mitra gresik. Karena promosi yang benar merupakan cara yang paling ampuh menarik minat masyarakat dan juga menciptakan *image* yaang baik guna memberikan pengaruh positif di kalangan masyarakat.