

STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN ARRUM HAJI DI PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG JELUTUNG JAMBI

Addiarrahman¹⁾, Umi Toeba²⁾

^{1,2)}Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

E-Mail: addiarrahman@uinjambi.ac.id¹⁾; toebaumi@gmail.com²⁾

ABSTRACT

This research is based on the number of customers for Arrum Haji products which is not as many as other products issued by Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi. Very few customers used this product at the beginning of the interview. The problem in this study is the obstacles faced by Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi in marketing Arrum Haji products and how is the marketing strategy of Arrum Haji products in increasing the number of customers. The marketing strategy at Pegadaian Syariah Cabang Jambi applies a marketing mix: product, price, place, and promotion. The price and location strategies are good because the head office has determined the price given by the pawnshop. In contrast, for the location strategy before the Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi was established, a survey was carried out first. However, the product and promotion strategies are not good because the Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi has not been maximal in introducing its products and marketing strategy. It is necessary to improve promotional strategies to increase the number of customers, for example, socializing with the public.

Keywords: Marketing Strategy; Arrum Haji Products

ABSTRAK

Penelitian ini berlatar belakang dari jumlah nasabah untuk produk Arrum Haji yang tidak sebanyak produk lain yang dikeluarkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi. Nasabah yang menggunakan produk ini pada awal wawancara sangat minim. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kendala yang dihadapi pihak Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi dalam memasarkan produk Arrum Haji dan bagaimanakah strategi pemasaran produk Arrum Haji dalam meningkatkan jumlah nasabah. Strategi pemasaran di Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi. Strategi harga dan strategi tempat sudah baik, karena harga yang diberikan oleh pegadaian sudah ditentukan oleh kantor pusat, sedangkan untuk strategi tempat sebelum Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi didirikan sudah dilakukan survei terlebih dahulu. Namun, strategi produk dan strategi promosi belum baik, karena Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi belum maksimal dalam memperkenalkan produknya, begitu juga dengan strategi pemasarannya, perlu meningkatkan strategi promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah, misalnya melakukan sosialisasi kepada masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; Produk Arrum Haji

1. PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang bisa menjadi rahmat bagi alam semesta. akibatnya, karakter ajaran Islam menjadi lengkap dan generik. Segala aspek kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari aturan-aturan Islam, yang termasuk di sini mengenai hubungan manusia dengan manusia lainnya, salah satunya dalam melakukan transaksi moneter. Oleh karena itu, keuangan yang dicapai pasti terutama didasarkan pada aturan peraturan dan peraturan yang dikutip di sini adalah hukum keuangan Islam.

Lembaga keuangan adalah lembaga yang menjadi perantara ekonomi dan jasa keuangan bagi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan. Dalam praktiknya perangkat bunga merupakan sistem yang telah lama digunakan oleh hampir setiap kelompok ekonomi di berbagai negara. Tak dapat disangkal bahwa dengan sistem hobi ini, banyak negara telah mencapai kemakmuran terlepas dari kemiskinan di negara-negara lain, jalan ini akan terus menciptakan celah.

Dari sisi ekonomi, pegadaian merupakan salah satu pilihan pendanaan yang paling efektif karena tidak memerlukan pendekatan dan kebutuhan yang rumit. Bentuk pendanaan ini sudah ada sejak lama dan sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia. Pegadaian merupakan badan usaha paling sederhana di Indonesia yang secara resmi memiliki izin untuk melakukan kegiatan organisasi keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran keuangan kepada masyarakat atas gagasan hukum gadai.

Salah satu lembaga keuangan adalah berupa lembaga keuangan syariah (LKS). Termasuk dalam lembaga keuangan syariah (LKS) yaitu pegadaian syariah yang menjalankan kegiatan usahanya dengan prinsip-prinsip syariah. Salah satu produk LKS adalah “pembiayaan”, yang dalam hukum Islam kepentingan kreditur itu sangat diperhatikan dan dijaga sekali, jangan sampai ia dirugikan. Oleh sebab itu, ia dibolehkan meminta “barang” dari debitur sebagai jaminan utangnya. Dalam dunia finansial, barang jaminan ini biasa dikenal dengan objek jaminan (*Colleteral*) atau barang gadai (*marhun*) dalam Gadai Syariah.

Gadai merupakan salah satu golongan perjanjian piutang, karena pertimbangan dari orang yang berhutang sebagai jaminan atas utang tersebut. Barang jaminan tetap menjadi milik orang yang menggadaikan (yang berwatak utang) tetapi dikuasai melalui penerima gadai (yang mempunyai utang).

Kehidupan pegadaian syariah dimulai dengan didorong oleh kemajuan dan keberhasilan lembaga keuangan syariah. selain itu juga didasarkan sepenuhnya pada kebutuhan masyarakat Indonesia akan kehadiran pegadaian yang menerapkan standar syariah. Minat individu yang memanfaatkan penawaran pegadaian syariah cukup besar. Pegadaian syariah tidak menekankan pemberian hobi pada barang yang digadaikan. Bahkan tanpa bunga, pegadaian syariah tetap memperoleh keuntungan sebagaimana diatur melalui Dewan Syariah di seluruh negeri, yang membebaskan biaya pemeliharaan atas barang-barang yang digadaikan. Biaya dihitung dari biaya produk, bukan dari jumlah pinjaman. Hadirnya pegadaian syariah sebagai sebuah lembaga keuangan formal yang bertugas menyalurkan pembiayaan dalam bentuk pemberian uang pinjaman kepada masyarakat atau nasabahnya yang membutuhkan, berdasarkan hukum gadai syariah merupakan suatu hal yang perlu mendapatkan sambutan positif. Dalam gadai syariah yang terpenting adalah dapat memberikan kemaslahatan sesuai yang diharapkan masyarakat dan menjauhkan diri dari praktik-praktik riba, qimar (spekulasi), maupun gharar (tidak transparan) yang berakibat terjadinya ketidakadilan dan kezaliman pada masyarakat dan nasabah.

Perkembangan produk-produk berbasis syariah kian marak di Indonesia, tidak terkecuali pegadaian. Pegadaian mengeluarkan produk- produk berbasis syariah sehingga tidak mau kalah saing dengan lembaga keuangan yang lainnya. Salah satu bentuk inovasi dari produk pegadaian syariah yang semakin berkembang adalah dari aspek pembiayaan, yaitu ada pada

produk Arrum Haji. Produk ini pertama kali dikeluarkan pada bulan April 2016, dimana produk ini menjadikan solusi yang tepat dalam rangka membantu umat muslim untuk mewujudkan terlaksananya rukun islam yang kelima.

Pada umumnya masyarakat tidak memahami pemasaran, mereka memahami pemasaran sebagai sebuah penjualan. Padahal pemasaran ini mempunyai arti lebih luas karena pemasaran adalah suatu proses yang tertatur dan jelas untuk memikirkan dan merencanakan pasar. Proses pemasaran dapat diterapkan tidak sekedar pada barang dan jasa, tetapi juga pada segala sesuatu yang dapat di pasarkan seperti ide, kejadian, organisasi tempat dan kepribadian. Namun penting untuk ditekankan bentuk pemasaran tidak dimulai dengan suatu produk atau penawaran, tetapi dengan pencarian peluang pasar.

Manajemen pemasaran juga disinggung dalam konteks syariah. Manajemen pemasaran syariah merupakan salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam. Sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah, baik proses penawaran maupun proses perubahan nilai yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah yang Islami dalam suatu transaksi atau dalam suatu bisnis.

Strategi dalam pemasaran adalah suatu hal yang sangat penting dan diperlukan dalam semua segi bisnis begitu juga syariah, sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara yang batil, tidak melakukan penipuan, kebohongan dan tidak mendzalimi pihak-pihak lain. Pada umumnya masyarakat tidak memahami pemasaran, mereka melihat pemasaran sebagai sebuah penjualan. Padahal pemasaran ini mempunyai arti lebih luas karena pemasaran adalah suatu proses yang teratur dan jelas untuk memikirkan dan merencanakan pasar. Proses pemasaran dapat diterapkan tidak sekedar pada barang dan jasa, tetapi juga pada segala sesuatu yang dapat dipasarkan seperti ide, kejadian, organisasi tempat dan kepribadian. Namun penting untuk ditekankan bentuk pemasaran tidak dimulai dengan suatu produk atau penawaran, tetapi dengan pencarian peluang pasar.

Seperi kita ketahui, pengetahuan masyarakat tentang keberadaan pegadaian syariah masih minim karena pegadaian syariah terbilang masih baru dan kantor cabang syariahnya pun masih terbilang sedikit, tetapi pertumbuhan pegadaian syariah menunjukkan peningkatan yang pesat, sehingga penulis ingin mengetahui strategi pemasaran apa yang digunakan oleh pegadaian syariah atas produk gadai syariah sehingga tumbuh menjadi pesat dan dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa tersebut. Dalam menarik minat nasabah memang tidak hanya dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang digunakan oleh pegadaian syariah. Ada beberapa faktor lain yang mempengaruhinya seperti kebutuhan nasabah yang mendesak yang memerlukan proses pencairan dana yang cepat, nasabah yang menginginkan transaksi gadai tanpa adanya unsur ribawi (bunga) di dalamnya, dan lain sebagainya.

Seiring dengan kemajuan zaman dan tuntutan masyarakat muslim di Indonesia pegadaian syariah semakin berkembang dengan mengeluarkan produk-produk baru yang dibutuhkan masyarakat, serta dapat bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya seperti produk Mulia, Amanah, Arrum BPKB, Arrum Haji, dan lain sebagainya. Akan tetapi dalam penelitian ini akan fokus membahas tentang produk Arrum Haji saja.

Produk Arrum Haji merupakan produk dari pegadaian syariah yang memungkinkan untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan emas seberat 15 gram atau setara dengan sejumlah uang Rp. 7.000.000; dan uang yang dipinjamkan kepada nasabah diberikan sebesar Rp. 25.000.000; sesuai dengan biaya pendaftaran porsi haji yang ditetapkan oleh Kementerian RI. Pinjaman uang tersebut dapat diangsur selama beberapa tahun, diantaranya Pegadaian Syariah memberikan opsi kepada nasabah yaitu selama 12, 24, 36, 48, dan 60 bulan. Biaya pemeliharaan barang jaminan (mu'nah) per bulan $0.95\% \times$ nilai taksiran jaminan. Saat berlangsungnya akad Arrum Haji, maka sekaligus akan membuka tabungan haji dan nomor porsi haji.

Untuk mendapatkan produk Arrum Haji, nasabah harus memenuhi syarat dan ketentuan yang harus dipersiapkan, diantaranya menyerahkan foto copy KTP, jaminan emas, buku tabungan, Surat Pendaftaran Pergi Haji (SPPH), dan Setoran Awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (SABPIH).

Produk Arrum Haji dalam bentuk pembiayaannya menggunakan akad Qardh, akad ini berupa dana yang dipinjamkan pihak pegadaian syariah kepada nasabah untuk mendapatkan porsi haji, dimana nasabah dalam jangka waktu tertentu harus mengembalikan sejumlah dana yang dipinjam dan terdapat biaya ijarah yang harus dibayarkan nasabah kepada pihak pegadaian syariah. Selain adanya akad qardh, pada pembiayaan Arrum Haji juga terdapat akad rahn. Dimana nasabah berhak memberikan jaminan kepada pegadaian syariah sebagai harta yang dititipkan untuk melakukan pembiayaan pendaftaran haji. Pendapatan murtafin atau pegadaian syariah pada akad rahn itu ada pada ujrang yang tidak dibayarkan ujrang nya secara tunai. Sedangkan akad qardh dalam hal mendapatkan keuntungannya seperti yang telah kita ketahui bahwa pendapatan murtafin pada akad qardh sama saja dengan akad rahn yaitu ada pada ujrang nya. Hal ini diperbolehkan oleh hukum islam. Namun, dalam pelaksanaan akad rahn di pegadaian syariah terdapat pembayaran denda atau ganti rugi (ta'widh) rahn terhadap murtafin dalam hal keterlambatan membayar uang pembiayaannya yang dibayarkan secara angsuran perbulan. Ganti rugi tersebut dibayarkan secara perhari kepada pegadaian syariah yang jumlah besarnya sudah ditentukan didalam isi perjanjian.

Masyarakat yang menggunakan produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi masih terbilang sedikit sekali. Setiap produk yang dikeluarkan lembaga keuangan khususnya pegadaian syariah pasti selalu merencanakan adanya pemasaran. Pentingnya memperkenalkan produk yang kita jual akan sangat berpengaruh dalam meningkatnya penjualan suatu produk. Berdasarkan pra riset di Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi di peroleh data bahwa masih sangat sedikit sekali nasabah yang menggunakan produk Arrum Haji. Berikut ini adalah yang jumlah nasabah yang menggunakan produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi.

Tabel 1. Data Jumlah Nasabah Pembiayaan Arrum Haji Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi Periode 2016-2021

Tahun	Jumlah Nasabah
2016	2 (orang)
2017	2 (orang)
2018	2 (orang)
2019	11 (orang)
2020	6 (orang)
2021	4 (orang)

Sumber: Daftar nasabah Arrum Haji PT. Syariah Cabang Jelutung Jambi.

Seperti terlihat pada Tabel di atas, dari tahun 2016 hingga tahun 2018, Arrum Haji memiliki 2 nasabah pembiayaan, meningkat 11 pada tahun 2019, penurunan 6 pada tahun 2020, dan peningkatan jumlah nasabah pada tahun 2021. Berkurang menjadi 4 orang lagi. Alhasil, jumlah nasabah pembiayaan Arrum Haji mencapai 27. Pegadaian Syariah cabang Jelutung Jambi sebaiknya mencari strategi yang baik untuk mempromosikan produknya dan memanfaatkan peluang yang ada, khususnya produk Arrum haji, untuk lebih memahaminya di masyarakat.

Berdasarkan pada pra riset di atas bahwa PT. Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi di peroleh data bahwa masih sangat sedikit sekali masyarakat yang menggunakan produk Arrum Haji. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi belum dikatakan berhasil. Karena nasabah pada produk Arrum Haji ini belum

mengalami peningkatan. Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi dalam memasarkan produk Arrum Haji sangat belum maksimal, terlihat pada penerapan bauran pemasaran yaitu strategi produk, harga, tempat dan promosi. Dapat dikatakan strategi tempat dan strategi harga sudah bagus, karena strategi tempat itu sudah dilakukan survei terlebih dahulu apakah lokasi tersebut strategis atau tidak sebelum Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi di dirikan. Dan untuk strategi harga, yang menentukan harga tersebut adalah kantor pusat Kementerian Agama, jadi pihak Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi hanya menjalankannya saja.

Sedangkan strategi produk dan strategi promosi belum dikatakan bagus. Seharusnya pihak pegadaian rajin melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Memberikan penjelasan kepada masyarakat tentang pengertian produk Arrum Haji, dan memberitahu keunggulan produk Arrum Haji tersebut. Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi dalam mempromosikan produk Arrum Haji menggunakan media brosur. Namun akan lebih maksimal jika pihak pegadaian ketika menyebarkan brosur kepada masyarakat disertai dengan penjelasan secara langsung dari pihak pegadaian, sehingga masyarakat paham dengan apa yang tertulis di brosur tersebut. Selain brosur Pegadaian Syariah Cabang jelutung Jambi juga membuka seminar umum gratis dan melakukan sosialisasi ke majelis taklim rutin setiap minggu. Namun, cara tersebut kurang efektif dalam memberikan penjelasan kepada masyarakat tentang produk Arrum Haji. Sebab, masih sedikit nasabah yang menggunakan produk Arrum Haji. Dengan jumlah nasabah yang masih sedikit pada produk Arrum Haji yang kurang diminati masyarakat dan pegadaian syariah perlu mengambil langkah pendanaan yang lebih baik. Jika pegadaian syariah ingin bertahan dengan produk Arrum Haji dan berkembang seiring dengan bertambahnya jumlah nasabah.

2. METODE

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu riset yang bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah Data primer adalah data pokok yang diperlukan dalam penelitian, data yang diperoleh dari lapangan dan diperoleh dari para responden dari lokasi objek penelitian, atau keseluruhan data hasil penelitian yang diperoleh dilapangan. Data primer tidak diperoleh melalui sumber perantara atau pihak kedua dan seterusnya. Adapun sumber data primernya adalah wawancara dan observasi. Untuk mendapatkan data primer, peneliti mengumpulkannya secara langsung dari lokasi penelitian yakni Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi. Dan Data skunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber lain sebagai data pendukung yang diperoleh dari lapangan. Dan juga data sekunder merupakan data yang sudah tersedia baik itu melalui media cetak ataupun media elektronik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan data yang didapatkan oleh penulis untuk lebih jelasnya mengenai strategi yang diterapkan. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pegadaian syariah dalam memasarkan produknya berdasarkan hasil wawancara dengan pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Bapak Dian amrullah, yaitu dengan menerapkan segmentasi pasar, strategi penetrasi pasar dan strategi pasar.

Segmentasi pasar yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi adalah dengan cara mengelompokkan pasar berdasarkan dengan pekerjaan, pendapatan perbulan, dan faktor usia. Sedangkan targetnya adalah masyarakat kelas menengah, karena mereka adalah masyarakat yang muulai hidup mapan, memiliki rumah yang layak dan

kebutuhan sehari-hari terpenuhi. Sehingga bisa menyisihkan uang untuk mengangsur setiap bulan pembiayaan produk Arrum Haji.

Selain itu, dalam memasarkan produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi menerapkan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) sebagai berikut:

a. Strategi Produk

Pembiayaan Arrum Haji merupakan evolusi dari produk Arrum Pegadaian Syariah (Arrahn untuk usaha mikro). Produk Arrum Haji ini menggunakan akad Rahn. Dengan memasukkan 3,5 gram logam mulia, nasabah akan mendapatkan dana pinjaman sebesar Rp 25.000.000,00. Strategi yang diterapkan pada produk-produk yang dioperasikan oleh pegadaian syariah adalah menyediakan peralatan dan layanan yang tepat untuk menjamin kenyamanan dan kepuasan pelanggan kami. Jika nasabah tidak memiliki logam mulia atau emas yang dapat diagunkan, saldo emas yang ada juga dapat digunakan jika saldo emas mencapai perkiraan minimum.

Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi dalam memasarkan produk Arrum Haji belum maksimal, karena dilihat dari nasabah yang belum mengalami peningkatan. Pegadaian Syariah cabang Jelutung Jambi, seharusnya ketika nasabah datang ke pegadaian untuk melakukan transaksi, pegawai harus menawarkan produk Arrum Haji, dengan memberikan brosur yang sudah di sediakan, bukan hanya di pajang di atas meja kasir. Selain memberikan brosur, pegawai pegadaian juga harus menjelaskan isi brosur tersebut. Sehingga nasabah bisa paham dengan produk Arrum Haji yang ditawarkan oleh pihak pegadaian. Karena jika hanya diberikan brosur saja, nasabah belum tentu mau membaca isi brosur tersebut.

b. Strategi Harga

Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi Bapak Dian Amrullah, mengatakan bahwa harga yang diberikan pada produk Arrum Haji sudah ditentukan oleh Kantor pusat Kementerian Agama dan Pihak Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi hanya menjalankan peraturan saja. Untuk menentukan harga tentunya sudah dipertimbangkan dengan matang. Menurut pengelola Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi harga yang diberikan kepada nasabah sudah sangat terjangkau. Karena bisa di angsur sesuai dengan kemampuan nasabah itu sendiri. Jika nasabah mengambil 1 bulan maka angsuran pokok dan mu'nah akan lebih besar, namun jika mengambil 60 bulan maka angsuran pokok dan mu'nahnya akan lebih kecil.

Jika konsumen membutuhkan waktu 1 bulan maka angsuran pokok dan mu'nah akan lebih besar, tetapi jika memakan waktu 60 bulan maka angsuran pokok dan mu'nah dapat lebih kecil. berikut info biaya selama akad arrum haji dan simulasi angsuran arrum haji.

Tabel 2. Biaya pada Saat Awal Akad

No	Lama Angsuran	Administrasi	Tabungan Bank	IJK	Total
1.	12 Bulan	Rp 270.000	Rp 500.000	Rp 70.000	Rp 840.000
2.	24 Bulan	Rp 270.000	Rp 500.000	Rp 112.500	Rp 882.000
3.	36 Bulan	Rp 270.000	Rp 500.000	Rp 175.000	Rp 945.000
4.	48 Bulan	Rp 270.000	Rp 500.000	Rp 256.000	Rp 1.035.000
5.	60 Bulan	Rp 270.000	Rp 500.000	Rp 412.500	Rp 1.182.000

Sumber: Brosur Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi

Untuk simulasi atau contoh mu'nah angsuran dan harga dapat didefinisikan di bawah ini:

- 1) Perkiraan marhun: Rp 32.000.000
- 2) Angsuran Predominan: Rp25.000.000 / Bulan cicilan
- 3) Biaya mu'nah: 0,95% x perkiraan marhun.

Jadi biaya mu'nah atau biaya perlindungan jaminan yang harus dibayar oleh nasabah untuk setiap harga angsuran. jumlah yang sama di masing-masing istilah biaya adalah 12-60 bulan. Penjelasan simulasi cicilan produk Arrum Haji tersedia di desk berikut:

Tabel 3. Simulasi Angsuran Produk Arrum Haji

No	Jangka Waktu	Angsuran Pokok	Mu'nah	Total Angsuran
1.	1 Tahun (12 Bulan)	Rp 2.083.400	Rp 252.800	Rp 2.336.200
2.	2 Tahun (24 Bulan)	Rp 1.041.700	Rp 252.800	Rp 1.294.500
3.	3 Tahun (36 Bulan)	Rp 694.500	Rp 252.800	Rp 947.300
4.	4 Tahun (48 Bulan)	Rp 520.900	Rp 252.800	Rp 773.700
5.	5 Tahun (60 Bulan)	Rp 416.700	Rp 252.800	Rp 669.500

Sumber: Brosur Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi

Penjelasan dari tabel 2 dan tabel 3 diatas bahwa pada saat nasabah mendatangi outlet Pegadaian Syariah dengan membawa persyaratan dan ketentuan yang telah ditetapkan, selanjutnya nasabah yang ingin menggunakan produk Arrum Haji melakukan pembukaan rekening dengan nominal sebesar Rp 500.000,- dan membayar administrasi sebesar Rp 270.000,-, sedangkan untuk pembayaran imbal jasa kafalah (IJK) disesuaikan dengan jangka waktu yang akan diambil oleh nasabah tersebut. Sedangkan untuk angsuran pembiayaan Arrum Haji, nasabah juga membayar biaya pemeliharaan barang jaminan (mu'nah) per bulan 0,95% x nilai taksiran jaminan, dan nasabah mengangsur angsuran sesuai dengan jangka waktu yang diambil.

c. Strategi Tempat

Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi merupakan salah satu pegadaian yang beroperasi dengan sistem syariah, yang beralamat di Jl. Di Panjaitan No. 23, Kebun Handil, Kecamatan Jelutung Kota Jambi atau lebih tepatnya di depan SPBU Kebun Handil.

Pemilihan lokasi yang strategis untuk suatu proses bisnis merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu perusahaan. Dengan membandingkan dan menyelidiki beberapa pilihan lokasi yang digunakan sebagai pilihan untuk menjalankan bisnis sebelum memutuskan lokasi yang paling strategis. Lokasi yang digunakan sebagai pegadaian syariah merupakan hasil survey yang dilakukan oleh Pusat Pegadaian Syariah. Lokasi Cabang Pegadaian Syariah Jelutung di Jambi cukup strategis untuk dijadikan tempat usaha, mengingat kedekatannya dengan perkantoran yang berdekatan dengan jalan raya dan gedung komersial lainnya, serta dapat dengan mudah menarik perhatian pelanggan meningkat.

d. Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan penunjang strategi pemasaran yang dilakukan untuk membangkitkan minat konsumen terhadap produk yang dijual. Promosi produk Arrum Haji yang dilakukan oleh pegadaian syariah melalui *cross-selling*, yaitu memberikan produk secara langsung kepada nasabah yang berkunjung ke cabang-cabang pegadaian syariah. Strategi promosi selanjutnya adalah mengadakan seminar haji, media brosur, pamflet

pegadaian digital produk keuangan haji, menyebarluaskan spanduk poster dan informasi di media sosial, serta mengadakan program mitra dakwah untuk merekrut peserta haji.

Menurut penulis, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi belum dikatakan berhasil. Karena nasabah pada produk Arrum Haji ini belum mengalami peningkatan. Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi dalam memasarkan produk Arrum Haji sangat belum maksimal, terlihat pada penerapan bauran pemasarannya, dapat dikatakan dikatakan strategi tempat dan strategi harga sudah bagus, karena strategi tempat itu sudah dilakukan survei terlebih dahulu apakah lokasi tersebut strategis atau tidak sebelum Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi di dirikan. Dan untuk strategi harga, yang menentukan harga tersebut adalah kantor pusat Kementerian Agama, jadi pihak Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi hanya menjalankannya saja.

Sedangkan strategi produk dan strategi promosi belum dikatakan bagus. Seharusnya pihak pegadaian rajin melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Memberikan penjelasan kepada masyarakat tentang pengertian produk Arrum Haji, dan memberitahu keunggulan produk Arrum Haji tersebut. Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi dalam mempromosikan produk Arrum Haji menggunakan media brosur. Namun akan lebih maksimal jika pihak pegadaian ketika menyebarkan brosur kepada masyarakat disertai dengan penjelasan secara langsung dari pihak pegadaian, sehingga masyarakat paham dengan apa yang tertulis di brosur tersebut.

Selain brosur Pegadaian Syariah Cabang jelutung Jambi juga membuka seminar umum dan gratis dan melakukan sosialisasi ke majelis taklim. Namun, menurut penulis cara tersebut kurang efektif, karena walaupun seminar tersebut diadakan secara gratis tidak menutup kemungkinan menarik nasabah untuk mengikuti seminar tersebut. Apalagi masyarakat tersebut mempunyai aktifitas sendiri setiap harinya. Sedangkan sosialisasi yang dilakukan di majlis taklim juga kurang efektif, karena mengikuti pengajian tersebut juga sedikit, dibandingkan dengan jumlah masyarakat muslim di daerah cabang Jelutung Jambi. Dan setiap minggunya hanya orang-orang tersebut yang mengikuti pengajian majelis taklim tersebut.

Menurut penulis cara yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah di pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi adalah dengan melakukan promosi melalui *personal selling*. Pihak pegadaian langsung tatap muka melakukan sosialisasi kepada masyarakat, menjelaskan secara langsung secara jelas dan rinci tentang produk Arrum Haji.

Selain menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi juga melewati tahapan-tahapan siklus hidup produk (*product life cycle*) yaitu tahapan pengenalan, tahapan pertumbuhan, tahapan kedewasaan, dan tahapan penurunan. Akan tetapi, Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi dalam produk Arrum Haji masih dalam tahap pengenalan. Karena produk Arrum haji adalah termasuk produk yang masih baru. Pihak Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi harus melakukan promosi yang lebih maksimal lagi agar masyarakat mengenal produk Arrum Haji tersebut, sehingga penjualan akan meningkat jika masyarakat mengetahui bahwa ada produk baru yang memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji. Selain itu juga, jika tahap pengenalan berhasil, maka Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi bisa masuk ke tahap-tahap yang selanjutnya.

4. SIMPULAN

Setelah menguraikan hasil dan pembahasan di atas maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Strategi pemasaran di Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi

promosi. Strategi harga dan strategi tempat sudah baik, karena harga yang diberikan oleh pegadaian sudah ditentukan oleh kantor pusat Kementerian Agama, sedangkan untuk strategi tempat sebelum Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi didirikan sudah dilakukan survei terlebih dahulu. Namun, strategi produk dan strategi promosi belum baik, karena Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi belum maksimal dalam memperkenalkan produknya, begitupun juga dengan strategi pemasarannya perlu meningkatkan strategi promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah, misalnya melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Selain itu, Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi merupakan segmentasi pasar dengan cara mengelompokkan pasar berdasarkan dengan pekerjaan, pendapatan perbulan dan faktor usia. Sedangkan targetnya adalah masyarakat kelas menengah, karena mereka adalah masyarakat yang mulai hidup mapan, memiliki rumah yang layak, dan kebutuhan sehari-hari tercukupi.

DAFTAR REFERENSI

- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Rajawali Pres, 2011.
- Baqir ash-Shadr, Syahid Muhammad. *Keunggulan Ekonomi Islam*. Jakarta: Pustaka Zahra, 2002.
- Bukhari Alma, and Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai Dan Praktis Syariah Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Hendra. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*. Jakarta: PT Prehanlindo, 1997.
- Garry Armstrong, Philip Kotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Hendra. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*. Jilid 1. Jakarta: PT Prehanlindo, 1997.
- Keller, Kotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1997.
- Lexy J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008.
- M. Syakir Sula, Herman Kertajaya. *Syariah Marketing*. Jakarta: Mizan Pustaka, 2003.
- M.B.A, Dr. Basu Swastha dh. *Manajemen Penjualan*. Ke 3. Yogyakarta: BPF, 1993.
- Mohamad Heykal, Nurul Huda. *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis Dan Praktis*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Febryan Sandy, Zainul Arifin, and Fransisca Yaningwati. "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-2012 Fakultas Ilmu Administrasi Pengguna Indosat Di Universitas Brawijaya), Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)" Vol. 9, no. No. 2 (2014).
- Mathew B.Milles, Et. Al. *Qualitative Data Analisis, "Diterjemahkan Oleh Tjetjep Rohendi Rohidi Dengan Judul Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. 1st ed. Jakarta: UII Perss, 1996.

Moch. Eko Nuris Shofa, Arivati Ni'mati Rahmatika, and Amin Awal Amarudin. "Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Di Pegadaian Syariah Jombang (Pegadaian Syariah Jombang), ISTISMAR: Jurnal Ekonomi Syariah" Vol. 1, no. 1 (November 2019).