

ABSTRAK

Salim Anwar. 2023. Strategi Pemasaran Produk Rahn Tasjily Tanah Di Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin. Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing : Dra. Hj. Fithriana Syarqawie, M.H.I.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Rahn Tasjily Tanah, Pegadaian Syariah

Penelitian ini secara umum Pegadaian Syariah dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk memasarkan produk Rahn Tasjily Tanah, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pasar bagi produk tersebut. Rahn Tasjily Tanah adalah produk pembiayaan berbasis syariah yang tersedia di Pegadaian Syariah, termasuk di Cabang Kebun Bunga Banjarmasin. Ini merupakan pinjaman dalam jangka waktu tertentu berdasarkan akad rahn tasjily pada Pegadaian Syariah. Produk ini ditujukan bagi masyarakat berpenghasilan tetap, pengusaha mikro (kecil), dan petani dengan jaminan sertifikat tanah dan Hak Guna Bangunan (HGB).

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti ini berlokasi pada Unit Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara mendalam.

Berdasarkan hasil penelitian 1) Strategi Pemasaran Produk Rahn Tasjily Tanah di Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin menggunakan bauran pemasaran, yaitu strategi produk, harga, tempat, dan promosi. 2) Faktor Pendorong dan Penghambat Pemasaran Produk Rahn Tasjily Tanah yang dilakukan Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin, y faktor pendorongnya yakni : 1) Pendekatan Pemasaran yang Tepat, 2) Kepercayaan Terhadap Pegadaian Syariah, 3) Fleksibilitas Pembayaran, 4) Kebutuhan Masyarakat terhadap pembiayaan Syariah. Adapun faktor penghambatnya yakni: 1) Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk Rahn Tasjily Tanah, 2) Tidak adanya pegawai khusus untuk divisi pemasaran, 3) Pemasaran yang dilakukan oleh lembaga keuangan lain.