

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di dapat oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Produk Rahn Tasjily Tanah di Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin menggunakan bauran pemasaran, yaitu strategi produk, harga, tempat, dan promosi.
 - a. **Produk (*Product*)** Menawarkan produk pembiayaan syariah berbasis jaminan sertifikat tanah (SHM/HGB) dengan keunggulan berupa proses cepat, persyaratan mudah, dan nasabah tetap dapat memanfaatkan tanah tersebut karena hanya dokumennya yang dijaminkan.
 - b. **Harga (*price*)** Menetapkan biaya administrasi yang terjangkau dan transparan, serta struktur tarif sewa modal (*mu'no*) yang kompetitif sesuai dengan pilihan tenor dan pola angsuran nasabah.
 - c. **Tempat (*Place*)** Memiliki lokasi yang strategis di pusat kota Banjarmasin, mudah diakses melalui transportasi umum, serta mengutamakan kenyamanan dan keamanan kantor bagi nasabah.

d. **Promosi (*Promotion*)** Dilakukan melalui periklanan (brosur dan media sosial), serta *personal selling* (sosialisasi langsung ke instansi dan pemasaran dari mulut ke mulut oleh pegawai).

2. Faktor pendorong pemasaran produk Rahn Tasjily Tanah yang dilakukan Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin yakni pendekatan pemasaran yang tepat, kepercayaan terhadap Pegadaian Syariah, fleksibilitas pembayaran, dan kebutuhan masyarakat terhadap pembiayaan syariah. Adapun faktor penghambatnya yakni kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk Rahn Tasjily Tanah, tidak adanya pegawai khusus untuk divisi pemasaran, dan pemasaran yang dilakukan oleh lembaga keuangan lainnya.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dalam memperkenalkan Produk Rahn Tasjily Tanah sebaiknya pihak Pegadaian lebih maksimal dan mencari cara yang efektif untuk memasarkan baik itu melalui sosialisasi maupun promosi lainnya, karena produk Produk Rahn Tasjily Tanah ini masih memiliki beberapa kendala yang dihadapi.
2. Untuk penelitian selanjutnya, lebih baik melakukan penelitian yang berkenaan dengan manajemen yang lebih mendalam mengenai produk Arrum Haji tersebut.