BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di dapat oleh penulis, maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang di terapkan pegadaian syariah cabang kebun bunga Banjarmasin sebagai berikut:
    a. Sosialisasi dengan nasabah saat di Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.
    b. Setiap satu bulan sekali pegadaian syariah langsung membagikan atau menawarkan brosur tentang produk tabungan emas ke pasar, kantor.
    c. Melalui Iklan media elektronik seperti televisi dan radio, Iklan media cetak, seperti brosur dan koran, Iklan luar ruangan seperti baliho.
    d. Memberikan pelayanan yang loyal, agar nasabah tetap melakukan transaksi di pegadaian syariah tersebut.

    Sedangkan transaksi yang di gunakan dalam produk tabungan emas merupakan transaksi jual beli dan titipan, akan tetapi akad yang digunakan produk tabungan emas yaitu akad murabahah, adapun arti dari titipan yang tertera di brousur atau pun di bukun tabungan produk tabungan emas maksudnya adalah nasabah membeli emas dititipkan di pegadaian syariah dan ketika menawarkan/meningkatkan nasabah mereka bertanya apakah

hari ini nasabah mau menabung emas atau tidak, jadi arti dari “ titipan tersebut hanyalah komunikasi.

2. Kendala-Kendala Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga dalam Memasarkan Produk Tabungan Emas**.**

1) kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pegadaian syariah dengan pegadaian konvensional, karena dalam suatu pemahaman masyakat sangat penting, salah satunya masyarakat Muslim. Salah satunya masyarakat masih banyak menganggap pegadaian syariah dan pegadaian konvensional itu sama. Dengan kurangnya pemahaman masyarakat, tersebut, perlu bagi pegadaian syariah dalam memasarkan produk tersebut.
2) Adanya persaingan baru di lembaga keuangan lain, dengan adanya persaingan tersebut, maka pegadaian syariah harus lebih melakukan strategi yang kreatif dalam menarik minat nasabah dalam mengembangkan produk tersebut.
3) Kurangnya staf pemasaran di pegadaian syariah. karna tidak adanya bagaian staff bagian pemasaran, maka di haruskan bagian staff karyawan yang di pegadaian tersebut yang menawarkan produk-produk yang ada di pegadaian syariah, dan juga produk terbaru salah satu produk tabungan emas yang di tawarkan melalui brousur, televisi, koran,baliho dan secara langsung bertatap muka menawarkan produk tersebut.

Setelah di lakukan analisis SWOT, maka dapat disimpulkan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas tidak semua strategi pemasaran

dilaksanakan Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjrmasin. Namun dalam perkembangan Produk Tabungan Emas masih kurang baik. Hal ini di sebab kan masih banyak kendala yang dihadapi oleh pihak pegadaian syariah dalam memasarkan produk.

B. SARAN

Adapun beberapa saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin sebaiknya membentuk bagian staff pemasaran agar bagian staff karyawan lebih memfokuskan tugas masing-masing, dan dengan adanya bagian staff pemasaran mempermudah karyawan yang lain dalam memasarkan produk, agar produk tabungan emas lebih berkembang dan juga dapat menghadapi persaingan atau pun menghadapi kendala-kendala di pegadain syariah tersebut.
2. Bagi Nasabah agar lebih memahami tentang perbedaan antar pegadain syariah dan konvensional, agar lebih selelektif dalam memilih produk. dengan itu sebaiknya nasabah menggunakan produk-produk syariah
3. Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya melakukan penelitian yang berkenaan tentang akad dalam produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.