

ABSTRAK

Sri Margiati. 2017. *Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Dr. Hj. Gt. Muzainah, S.H., M.H (II) Patimatu Jahra, S.Ag., MSI.

Kata Kunci: Strategi, pemasaran, produk Arrum Haji.

Penelitian ini berlatarbelakang dari jumlah nasabah untuk produk Arrum Haji yang tidak sebanyak produk lain yang dikeluarkan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin. Nasabah yang menggunakan produk ini pada awal wawancara yaitu hanya berjumlah empat orang, meskipun setelah berjalannya waktu penelitian kurang lebih lima bulan nasabah meningkat menjadi kurang lebih 30 orang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan kendala-kendala yang dihadapi untuk produk Arrum Haji oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat *deskriptif kualitatif*. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Informan dari penelitian ini ada dua orang pegawai dari PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin. Setelah data terkumpul, diolah melalui proses: editing dan deskripsi. Kemudian data dianalisis dengan analisis SWOT.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa strategi pemasaran yang diterapkan PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin menggunakan bauran pemasaran, yaitu strategi produk, harga, tempat, dan promosi. Selain itu kendala yang dihadapi ada beberapa yaitu, jaminan yang tidak dimiliki semua calon nasabah, daftar tunggu berangkat haji yang cukup lama, tidak adanya pegawai khusus untuk bagian pemasaran, kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk-produk yang dikeluarkan pegadaian, serta pemasaran yang dilakukan oleh lembaga keuangan lain.