

ABSTRAK

Devi Septiyani, 1950410039, Analisis Strategi Pemasaran dan Kendala Pemasaran Produk Arrum Haji Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul dan Pegadaian Syariah Unit Ronggolawe)

Produk Arrum Haji adalah produk baru yang ada di pegadaian syariah dengan sistem talangan haji. Produk ini memudahkan masyarakat untuk menunaikan ibadah haji hanya dengan persyaratan jaminan yang sudah ditentukan oleh pegadaian syariah. Jika dibandingkan dengan produk lain yang ada di Pegadaian Syariah Karisidenan Pati produk Arrum Haji adalah produk yang memiliki jumlah nasabah paling rendah. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi dan kendala yang diterapkan pegadaian syariah dalam pemasaran produk Arrum Haji. Penelitian yang diangkat dari penelitian ini adalah (1) Apa strategi yang diterapkan lembaga Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul dan Pegadaian Syariah Ronggolawe Kudus pada Produk Arrum Haji; (2) Apa kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul dan Pegadaian Syariah Ronggolawe Kudus.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan verifikasi data dilanjutkan dengan keabsahan data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan produk Arrum Haji di Cabang Pegadaian Syariah (CPS) Pasar Ngabul dan Unit Pegadaian Syariah (UPS) Ronggolawe Kudus adalah menggunakan strategi pemasaran *Product, Price, Place, Promotion*. Selain itu CPS Pasar Ngabul juga menggunakan strategi pemasaran *canvassing, cross selling* dan *literasi*. Untuk UPS Ronggolawe Kudus hanya menggunakan strategi *canvassing* saja, tetapi jumlah nasabah pada pegadaian syariah untuk produk Arrum Haji masih tergolong sangat rendah dibandingkan dengan produk lain yang ada di pegadaian syariah, hal itu dapat dilihat dari kendala dalam pemasaran produk Arrum Haji yaitu, kurangnya pegawai marketing khusus produk Arrum Haji, banyaknya pesaing produk lain yang ada di lembaga keuangan lainnya, kurangnya sosialisasi kepada masyarakat tentang produk Arrum Haji yang ada di pegadaian syariah.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Kendala Pemasaran, Arrum Haji.